

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

DÓRIS FERNANDA DE CONTO

**IMPACTOS DO COVID-19 NOS ESPAÇOS DE EVENTOS EM CURITIBA/PR E O  
PAPEL DO GABINETE DE CRISE**

CURITIBA

2020

DÓRIS FERNANDA DE CONTO

**IMPACTOS DO COVID-19 NOS ESPAÇOS DE EVENTOS EM CURITIBA/PR E O  
PAPEL DO GABINETE DE CRISE**

Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo  
apresentado ao curso de Turismo da Universidade  
Federal do Paraná como requisito de obtenção do  
título de Bacharel em Turismo

Orientadora: Profa. Dra. Juliana Medaglia

CURITIBA

2020

“Dedico este trabalho aos meus pais por todo o cuidado e apoio, ao meu irmão e a minha irmã por todo suporte e aos meus amigos, pois sem eles este trabalho e muitos dos meus sonhos não se realizariam.”

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus por ter me dado saúde, discernimento e força para superar todas as dificuldades deste ano.

A minha orientadora, Profa. Juliana Medaglia, pelo acompanhamento e auxílio necessário para a realização deste projeto, pela paciência e por todo apoio neste período, agradeço de coração.

Ao Coordenador e Professor Carlos Eduardo Silveira, e a todo corpo docente por toda trajetória, carga de ensino e por todo incentivo que me fizeram chegar até aqui.

Aos meus amigos, pela compreensão das ausências e pelo afastamento temporário.

E o agradecimento mais especial, a minha família que aguentou ao meu lado e ajudou a superar todos os desafios, por anos de estudos e carinho.

## **RESUMO**

O presente trabalho teve por objetivo criar um manual de gerenciamento de crise para os espaços de eventos, sendo levado em consideração os impactos da doença COVID-19 nos espaços de eventos de Curitiba, PR. Para atender aos objetivos específicos e chegar a uma resposta para o problema proposto, na teoria foram abordados temas como os eventos e sua relação com o turismo, trazendo quais foram os maiores impactos que as pandemias já trouxeram a humanidade; seguido d a gestão de crises, pode trazer benefícios as organizações. Foi possível constatar que os espaços de eventos não possuem um manual de gerenciamento de crises, como também há uma deficiência de protocolos para crises dentro dos locais, sendo tomadas ações rápidas recorrentes das reações as adversidades. Dessa forma, como projeto final apresenta-se a criação de um manual de gerenciamento de crises para os espaços de eventos, com o intuito de amenizar possíveis crises no setor e embasar tomadas de decisões.

Palavras-chave: Espaço de eventos. COVID-19. Curitiba. Crise. Manual de gerenciamento de crise.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - NOTÍCIA DO JORNAL PERNAMBUCO, COM DESCRIÇÃO DA CHEGADA DO NAVIO DEMERARA AO BRASIL .....	32
FIGURA 2 - CONSELHOS SANITÁRIOS PARA A POPULAÇÃO .....	33
FIGURA 3 – MAPA MENTAL DO SEQUENCIAMENTO DO GERENCIAMENTO DE RISCOS .....	49
FIGURA 4 – ORIGENS DAS CRISES NO SETOR DE EVENTOS .....	52
FIGURA 5 – DEMONSTRATIVO DO PLANO ESTRATÉGICO E AS ETAPAS DO MAPEAMENTO DOS PROCESSOS. ....	69
FIGURA 6 – DEMONSTRATIVO DO PLANO ESTRATÉGICOS E SUAS DEMAIS ETAPAS. ....	70

## LISTA DE GRÁFICO

GRÁFICO 1 – IMPACTO DA QUEDA DE DEMANDA POR SERVIÇOS DE TURISMO NO PIB MUNDIAL, POR SETORES SELECIONADOS, EM (%). .....	39
GRÁFICO 2 – IMPACTO DA QUEDA DE DEMANDA POR SERVIÇOS DE TURISMO NO PIB DE ALGUMAS ECONOMIAS SELECIONADAS, EM (%). .....	40
GRÁFICO 3 - VOLUME MÉDIO DE PRODUÇÃO MENSAL DE HOTÉIS E POUSADAS EM 2020 E 2021.....	42

## LISTA DE QUADRO

QUADRO 1 - EXEMPLOS DE TIPOS DE EVENTOS.....	22
QUADRO 2 - TIPOS DE ESPAÇOS DE EVENTOS EM CURITIBA .....	24
QUADRO 3 – ORIGENS DAS CRISES .....	53
QUADRO 4 – ESTRATÉGIAS OPERACIONAIS PARA GERENCIAR CRISES .....	54
QUADRO 5 - METODOLOGIA DE PESQUISA.....	58
QUADRO 6 - ANÁLISE QUALITATIVA DOS PROTOCOLOS. ....	61
QUADRO 7 – ETAPAS DO PROJETO. ....	68
QUADRO 8 – QUADRO DE MEDIDAS DOS ESPAÇOS DE EVENTOS DE CURITIBA E REGIÃO METROPOLITANA .....	87
QUADRO 9 - QUADRO DE MEDIDAS DOS TEATROS PRESENTES EM CURITIBA .....	93



## **LISTA DE SIGLAS**

ABEOC – Associação Brasileira de Empresas de Eventos  
ABIH - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Paraná  
ABRAPE – Associação Brasileira de promotores de eventos  
BMGF – The Bill & Melinda Gates Foundation (Fundação Bill e Melinda Gates)  
CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior  
CCVB – Curitiba e Região Convention & Visitors Bureau- CCVB  
CNC – Confederación Nacional de la Construcción (Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo)  
CWB – Código para o Aeroporto Internacional de Curitiba - Afonso Pena  
FGV – Fundação Getúlio Vargas  
FIEP – Federação das Indústrias do Estado do Paraná  
FOHB – Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil  
MERS – Síndrome respiratória do Oriente Médio  
MICE – Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions (Encontros, Incentivos, Conferências, Feiras)  
MTUR – Ministério do Turismo  
OMS – Organização Mundial da Saúde  
OMT - Organização Mundial do Turismo  
ONU – Organização das Nações Unidas  
OPAS – Organização Pan-Americana da Saúde  
PIB – Produto Interno Bruto  
PPGT – Projeto de Planejamento e Gestão de Turismo  
SARS – Síndrome respiratória aguda grave  
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
SIBI – Sistemas de Bibliotecas da UFPR  
TRVL – Laboratório de Inteligência de Mercado em Viagens  
UEFA – União das Associações Europeias de Futebol  
UFPR – Universidade Federal do Paraná  
UNWTO – World Tourism Organization / United Nations Specialized Agency  
WIOD - World Input-Output Database  
WTTC - World Travel & Tourism Council (Conselho Mundial de Viagens e Turismo)

## SUMÁRIO

<b>1.</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>2.</b>	<b>REVISÃO TEÓRICA .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.</b>	<b>EVENTOS E SUA RELAÇÃO COM O TURISMO .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.1.</b>	<b>Eventos e Turismo em Curitiba .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1.2.</b>	<b>Classificação dos eventos .....</b>	<b>21</b>
<b>2.1.3.</b>	<b>Espaços para eventos .....</b>	<b>23</b>
<b>2.2.</b>	<b>PANDEMIA E SEUS IMPACTOS NA HUMANIDADE .....</b>	<b>28</b>
<b>2.2.1.</b>	<b>Gripe Espanhola .....</b>	<b>30</b>
<b>2.2.2.</b>	<b>Gripe Asiática, Gripe de Hong Kong e Gripe Suína .....</b>	<b>34</b>
<b>2.2.3.</b>	<b>Varíola .....</b>	<b>34</b>
<b>2.2.4.</b>	<b>Febre Amarela .....</b>	<b>35</b>
<b>2.3.</b>	<b>O COVID-19: A REALIDADE DE 2020 .....</b>	<b>36</b>
<b>2.3.1.</b>	<b>Impactos Socioeconômicos .....</b>	<b>37</b>
<b>2.3.2.</b>	<b>Impactos no Turismo, na Hotelaria e nos Eventos .....</b>	<b>41</b>
<b>2.4.</b>	<b>TURISMO E A GESTÃO DE CRISES .....</b>	<b>45</b>
<b>2.4.1.</b>	<b>A importância do Gabinete de Gerenciamento de Crise .....</b>	<b>48</b>
<b>3.</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>56</b>
<b>4.</b>	<b>ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA .....</b>	<b>59</b>
<b>4.1.</b>	<b>PESQUISA: ANÁLISE DE PROTOCOLOS .....</b>	<b>59</b>
<b>5.</b>	<b>PROJETO DE TURISMO: OS IMPACTOS DO COVID-19 NOS ESPAÇOS DE EVENTOS DE CURITIBA/PR E O PAPEL DO GABINETE DE CRISE .....</b>	<b>67</b>
<b>5.1.</b>	<b>DESCRIÇÃO DO PROJETO .....</b>	<b>67</b>
<b>5.2.</b>	<b>ETAPAS PARA A EXECUÇÃO DO PROJETO .....</b>	<b>67</b>
<b>5.3.</b>	<b>DESCRIÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS ENVOLVIDOS EM CADA ETAPA .....</b>	<b>71</b>
<b>5.4.</b>	<b>DESCRIÇÃO DO ORÇAMENTO E DOS DESEMBOLSOS POR ETAPA .....</b>	<b>71</b>
<b>5.5.</b>	<b>AValiação do Retorno do Investimento .....</b>	<b>71</b>
<b>5.6</b>	<b>MANUAL DE GERENCIAMENTO DE CRISE - MODELO .....</b>	<b>72</b>
<b>6.</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>73</b>
<b>7.</b>	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>75</b>
	<b>APÊNDICE I - QUADRO DOS ESPAÇOS DE EVENTOS EM CURITIBA E REGIÃO METROPOLITANA .....</b>	<b>87</b>
	<b>APÊNDICE II - TIPOS DE ESPAÇOS DE EVENTOS EM CURITIBA .....</b>	<b>95</b>

<b>APÊNDICE III – MANUAL DE GERENCIAMENTO DE CRISE PARA OS ESPAÇOS DE EVENTOS .....</b>	<b>98</b>
---	-----------

## 1. INTRODUÇÃO

No Brasil e no mundo, nos encontramos em meio a uma pandemia do vírus COVID-19 (Sars-cov-2), que teve seu epicentro difusor a partir da cidade de Wuhan, na China no começo do ano de 2020, tornando-se uma das maiores gripes virais do mundo com cerca de 1.661.738 de mortes, 74.880.932 infectados, 52.635.557 recuperados e mais de 213 países afetados, até dezembro de 2020 (Worldometers, 2020).

A situação provocada pelo COVID-19 foi crítica a ponto da Organização Mundial da Saúde (OMS) declarar estado de emergência internacional no dia 11 de março de 2020, sendo a 6ª vez que o órgão objetivamente entra em ação para conter eventuais pandemias. Esse processo já foi observado na trajetória de doenças que surgiram no início do século XXI, como a gripe aviária, síndrome respiratória do Oriente Médio (MERS) e síndrome respiratória aguda grave (SARS) (SENHORAS, 2020).

Baseado em Senhoras (2020), em razão de uma periodização de eventos com amplas repercussões epidemiológicas transcontinentais que remontam aos primórdios dos primeiros grupos humanos, onde até os dias atuais e com correspondente construção de agendas políticas de securitização da saúde trazem ondas negativas para a sociedade. Tais acontecimentos ocorrem involuntariamente por meio de transferência animal ou evolução da doença, conduzindo fortes colapsos demográficos (ALFANI; MURPHY, 2017).

Ainda que na atualidade não tivéssemos passado por algo assim, é possível observar na história algumas das mais notáveis epidemias e pandemias que ocorreram, tais como: a gripe espanhola de 1918, a gripe asiática de 1957 e a gripe de Hong Kong em 1968 (Gripenet, 2020). Estes eventos são descritos principalmente na literatura ocidental, porém sem dados estatísticos fiéis, entre outras crises de saúde mais relevantes para o mundo, como a Peste bubônica ou Peste negra no século XIV, a varíola no século XV e a tifo no século XV (BBC, 2020).

Com os avanços de estudos em laboratório disponíveis nos dias atuais, observa-se a difusão significativa dos casos e da mortalidade, baseando-se nas pandemias já conhecidas. Nesse contexto, com a acelerada circulação humana, ou mesmo com a dissipação, transferência e evolução dos vírus (emergentes ou

reemergentes, ou até bioterroristas), tornam a preocupação global mais intensa e com maior foco na segurança da saúde.

Amaral (2017) informa que em tempos de crise o gestor público se compromete com a comunidade que precisa mobilizar esforços humanos, tecnológicos e administrativos para inovar na forma de executar as atividades, tornando a administração mais eficiente na prestação de serviços públicos e em como agir em situações de crises no Turismo, tomando como exemplo o atentado terrorista às Torres Gêmeas em *New York* em 11 de setembro de 2001 e também o tsunami na Tailândia em 2004.

Determinadas crises abalam a confiança dos locais receptivos, interferindo na possibilidade de continuar operando normalmente. Para diminuir as consequências no destino usa-se técnicas para afrontá-las, algumas das mais eficazes estratégias são a de boa comunicação e marketing, a política de remarcação e a organização interna, e também os estudos de mercado e a identificação de oportunidades, como também os chamados gabinetes de gestão de crises (OMT, 2000).

Em virtude das técnicas mencionadas, observa-se um cenário diferente do vivido em 2020, trazendo desafios e inconstâncias para diversos setores do próprio Turismo. Assim, neste Projeto de Planejamento e Gestão de Turismo (PPGT) é pesquisada a área de eventos e sua relação com a pandemia da COVID-19, mais especificamente os espaços para eventos em Curitiba e Região Metropolitana e também o papel do gabinete de crise. Nesse contexto, buscou-se verificar quais adequações sanitárias esses locais realizaram, suas expectativas sobre os eventos e os meios de prevenção para sua concretização, tendo como finalidade a incorporação de um manual de gerenciamento de crises, para que os espaços de eventos tenham um norte para seguir em meio a novas crises no setor.

Este trabalho tem como justificativa entender como gerir os espaços de eventos em meio a uma crise, sendo utilizado para auxiliar e orientar tais locais, considerando como devem reagir e prosseguir neste contexto de pandemia, nunca antes enfrentado pelo setor de turismo contemporâneo e com impactos tão severos nos eventos. Segundo pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) a pandemia afetou 98% do setor de eventos, porém empresas estão se adaptando para diminuir possíveis prejuízos, como 30%

dos empresários que aprimoraram sua gestão, 17% investiram em qualificação de equipes e 15% adotaram o uso de novas tecnologias (SEBRAE, 2020).

Essa pesquisa justifica-se também pela atuação profissional da pesquisadora, que trabalha com eventos junto ao ramo da saúde, mediante realização de grandes eventos sobre doenças diversas para a Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS), este trabalho é realizado através de editais por meio de empresa privada que utilizam diversos espaços de eventos. Sendo assim, como organizadora de eventos devo me preocupar com a volumosa concentração de pessoas nestes espaços, que podem gerar uma transmissão elevada da doença. Também verifico que precisamos pesquisar caminhos para a obtenção de mais informações sobre como proceder em meio à crise e como realizar de forma responsável, os eventos daqui em diante, não somente para este evento como também para possíveis novas crises.

Para tanto foi desenvolvido um referencial teórico que permitiu analisar desde o contexto histórico das pandemias e doenças até a gestão de crises no turismo. No primeiro momento são trazidos conceitos de eventos e sua relação com o turismo, pandemia e seus impactos na humanidade, descrevendo as maiores pandemias relacionadas à população. Posteriormente são abordados temas específicos como a COVID-19, a gestão de crises e a importância do gabinete de crises para os espaços de eventos.

Sendo assim, para este estudo se utiliza como problema de pesquisa o entendimento de: **“Quais os impactos que o setor de eventos e especialmente os espaços para eventos, sofreram com a pandemia causada pelo vírus COVID-19?”.**

Para que a pesquisa proposta alcança-se resultados, o objetivo geral proposto foi criar um manual de gerenciamento de crise para os espaços de eventos, tendo como objetivos específicos:

- I. Descrever historicamente a evolução das pandemias e as crises em relação ao turismo;
- II. Discutir os impactos do COVID-19 no turismo e suas consequências para os espaços para eventos em Curitiba;
- III. Identificar diretrizes sanitárias de adequação de espaços para eventos pós-COVID-19;

IV. Realizar o projeto de criação de um manual de gerenciamento de crise, para que os espaços de eventos possam ter um embasamento teórico para auxiliá-los nas possíveis crises ou a fim de amparar tomadas de decisões.

Para tanto esse trabalho é composto de 5 capítulos. O primeiro capítulo é esta Introdução, na qual foram apresentadas as temáticas centrais do estudo que são: revisão teórica, procedimentos metodológicos, as análises dos resultados da pesquisa e também a apresentação do projeto de turismo. Além do objeto de estudo, constam na introdução os problemas de pesquisa e os objetivos da investigação.

Já o segundo capítulo traz a Revisão Teórica discutindo eventos, sua relação com o turismo, classificações e tipologias e também a explicação sobre alguns espaços de eventos que são utilizados para eventos diversos, logo após apresentamos algumas pandemias e os seus impactos na humanidade, quais foram as mais marcantes e também as que mais se parecem com a que estamos vivendo em 2020, para finalizar este conteúdo falamos sobre a gestão de crises e como gerir os riscos em casos adversos. Vale indicar que as etapas relacionadas às pandemias foi desenvolvida ainda no primeiro semestre de 2020.

No terceiro capítulo são abordados os procedimentos metodológicos, como foi feita a pesquisa e seu desenvolvimento.

Em seguida, no quarto capítulo está a análise dos resultados, onde foram analisado os protocolos com normas de higiene e segurança nos diversos setores como governamental, no setor da saúde e também no setor do turismo.

O último capítulo é apresentado o projeto de turismo elaborado a partir das descobertas e constatações dos capítulos anteriores, com as etapas que devem ser seguidas, recursos humanos e também custos para elaboração do projeto, que consiste na criação de um manual de gerenciamento de crises, para os espaços de eventos de Curitiba e Região metropolitana.

## 2. REVISÃO TEÓRICA

Para a revisão teórica, o capítulo foi separado em 4 pontos, quais as relações dos eventos e o turismo, pandemias e seus impactos na humanidade, contando quais as maiores pandemias mundiais, COVID-19 e seus impactos e também a explicação do Turismo e a gestão de crises, que dará embasamento teórico ao projeto.

### 2.1. Eventos e sua relação com o turismo

O Turismo apresenta diversas definições, formuladas por cientistas ou acadêmicos, a definição mais utilizada hoje em dia pela Organização das Nações Unidas (ONU) e Organização Mundial do Turismo (OMT) é:

“Toda pessoa, sem distinção de raça, sexo, língua e religião, que ingresse no território de uma localidade diversa daquela em que tem residência habitual e nele permaneça pelo prazo mínimo de 24 horas e máximo de seis meses, no transcorrer de um período de 12 meses, com finalidade de turismo, recreio, esporte, saúde, motivos familiares, estudos, peregrinações religiosas ou negócios, mas sem propósito de imigração.” (IGNARRA, 1999, p. 17).

O fenômeno turístico está relacionado com a visita a um local diverso da sua residência permanente, começando quando as pessoas saíram da inércia e passaram a viajar a procura de estudo e comércio em outros povos, portanto podemos crer que o turismo de negócios antecedeu o turismo de lazer (IGNARRA, 1999).

Barretto (1999) compreende que “o turismo se iniciou no século VIII a.C, na Grécia Antiga, porque as pessoas viajavam para ver os jogos olímpicos”, outros autores acreditavam que os pioneiros neste segmento fossem os fenícios, por terem iniciado as transações comerciais e as relações com as moedas (BARRETTO, 1999). Segundo McIntosh e Gupta (1993 apud IGNARRA, 1999) acreditavam que o turismo tenha surgido por volta de 4000 a.C:

“O invento do dinheiro pelos sumérios (babilônios) e o auge do comércio iniciaram aproximadamente no ano 4000 a.C., talvez assinalando o começo da era moderna das viagens. Os sumérios foram os primeiros a conceber a ideia do dinheiro e aplica-la em transações comerciais (também inventaram a escritura e a roda, pelo que podem ser considerados fundadores das viagens). O homem podia pagar pelo transporte e alojamento fora com



dinheiro ou por meio da troca de bens” (McINTOSH e GUPTA 1993 apud IGNARRA, 1999, p. 2, tradução do autor)<sup>1</sup>.

De acordo com Andrade (2002, p.41) “os eventos são definidos como o fenômeno multiplicador de negócios, ou ainda, evento é todo fenômeno capaz de alterar determinada dinâmica da economia”. Os primeiros eventos registrados no mundo foram os Jogos da Antiguidade em 776 a.C. realizados na Grécia, que hoje é tido como os Jogos Olímpicos da Era Moderna e também o Carnaval que surgiu na Antiguidade, em 500 a.C. com as festas Saturdalias que além do lazer, permitiam representações de desejos, esperanças e folclore das cidades greco-romanas (MATIAS, 2002).

São diferentes abordagens e focos que podem ser encontrados no conceito de eventos. No contexto geral, um “evento é sinônimo de um acontecimento não rotineiro; fatos que despertam a atenção, como um eclipse, um nascimento ou uma descoberta, são tratados como eventos” (TENAN, 2002, p. 13). Em um contexto mais específico do Turismo, consiste em uma composição de um produto turístico, “podendo ser constituídos por iniciativas fundamentadas apenas num cenário de atendimento às exigências do mercado consumidor” (ANDRADE, 2002 p. 41), ou ainda como definido por Cohen (1979, p. 6 apud ANDRADE, 2002, p. 41), “o evento é o fenômeno multiplicador de negócios”, ou ainda, evento é todo o fenômeno capaz de alterar determinada dinâmica da economia.

Os eventos estão no nosso cotidiano e podemos descrevê-los em diversos acontecimentos, como uma partida de futebol, um congresso ou um casamento, não é possível definir ‘evento’ universalmente, pela natureza intrínseca da atividade, seu dinamismo e sua abrangência. Assim, é possível trazer outros conceitos distintos, como definido por Cesca (2008, p. 20) que afirma que “para as relações públicas, evento é a execução do projeto devidamente planejado de um acontecimento, com o objetivo de manter, elevar ou recuperar o conceito de uma organização junto ao seu público de interesse”. Outro exemplo de conceituação é trazido por Melo (1999,

---

<sup>1</sup> El invento del dinero por los sumérios (babilónios) y el auge del comercio que se inició aproximadamente em el año 4000 a.C. talvez señalen el comienzo de la era moderna de los viajes. Los sumérios fueron los primeros em concebir la idea del dinero, y em aplicarla a sus transacciones comerciales. (También inventaron la escritura y la rueda, por lo que se les podrá considerar como los fundadores de los viaje.) El hombre podía pagar por el transporte y el alojamiento ya fuera com dinero o por trueque de bienes.

p.20-21) que considera evento “qualquer fato que pode gerar sensação e, por isso, ser motivo de notícia (seja esta de cunho interno ou externo)”.

Segundo Tenan (2002 apud HOELLER, 1999, p. 10) o evento “é praticado com interesse profissional e cultural por meio de congressos, convenções, simpósios, feiras e é uma das atividades econômicas que mais crescem no mundo atual”. Com múltiplos interesses, os eventos são gerados por quase todos os setores da economia: governamentais, corporativos e comunitários, mobilizando uma gama variada de prestadores de serviços, podendo gerar oportunidades de negócios, possibilitar a criação de empregos e aumentar a receita fiscal (CANTON, 2009). A Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC) afirma que o setor movimentou uma média de R\$ 209 bilhões em 2019 em toda a cadeia de serviços, para este ano de 2020 o crescimento esperado era de 14% (ABEOC, 2019). Mesmo assim, os números da Associação indicam o potencial de geração de impactos positivos do turismo de eventos.

Com as viagens e suas diversas modalidades, surgiu a segmentação do mercado baseado na oferta e demanda, sendo definido por Kotler (1999, p.234) como “o ato de identificar e agrupar grupos distintos de compradores que podem exigir produtos e/ou compostos de marketing separados”. Ou seja, um grupo de pessoas que viajam para participar de um evento, pode caracterizar um segmento específico e como tal, precisa de ações específicas afim de desfrutar da melhor forma possível de tudo que o evento se propõe a oferecer.

A demanda de um determinado produto é baseada na procura, a quantidade de um produto ou serviço que as pessoas estão dispostas a comprar baseado no preço e quantidade demandada. Podem ser definidas por diversos dados, como local de residência, perfil socioeconômico, hábitos de consumo e outros tantos, um dos segmentos que se privilegia com a ampla ação da demanda são os eventos, podendo ofertar uma diversificação geral de produtos e serviços (ANDRADE, 2002).

Considerando que o “evento é a soma de ações previamente planejadas com o objetivo de alcançar resultados definidos ao seu público alvo” (CANTON, 1997 apud NERI, 2003 p. 104), chegamos ao ponto da sazonalidade no Turismo, definida como a “época de temporada ou de alta estação mais aprazível do ano” (SOUZA, 2000, p.132). A sazonalidade que pode ser compreendida em três períodos: o de alta temporada (*peak season*), no qual ocorre a maior concentração de turistas, média temporada ou temporada intermediária (*shoulder season*), e baixa temporada

(*off-peak season*) onde a demanda é baixa, por falta de procura (NERI, 2003). Os eventos são grandes colaboradores para os locais turísticos em *off-peak*, “são tidos como formadores de imagem, pois criam um perfil para os destinos posicionando-os no mercado e fornecendo-lhes uma vantagem competitiva de marketing” (CANTON, 2009, p. 198). Essa capacidade geradora de vantagem competitiva e turistas faz do setor de eventos um importante aliado do Turismo e seu desenvolvimento, afinal o turismo só acontece quando se tem demanda.

Os eventos devem ser produzidos com o intuito de agradar seu público, tornando-se um produto, sendo analisados pelas suas atrações, facilidades e acessibilidades, garantindo um fluxo de pessoas para a região turística, em determinadas ocasiões uma cidade pode tornar-se turística por meio do turismo de eventos (CANTON, 2009). Nesse contexto, o calendário de eventos é um grande trunfo, cujo objetivo é diminuir a sazonalidade por meio de aumento de fluxo de visitantes (público-alvo) e incrementando as ações promocionais de publicidade necessárias, permitindo ao atrativo turístico uma ampla variedade de produtos e incentivos para seu público. Para isso, é possível fazer uso uma variedade de tipos de eventos.

### **2.1.1. Eventos e Turismo em Curitiba**

Os visitantes em sua maioria exigem que a cidade seja agradável, com uma infraestrutura adequada, com qualidade ambiental, aproveitando assim seu tempo de lazer e ócio. Curitiba pode ser considerada um grande centro para Turistas e Excursionistas, que apresentou crescimento de 3,7 milhões de visitantes de 2012, para 5,5 milhões em 2018, recebendo na sua maior parte, turistas de negócios e eventos: 36,7% por motivos profissionais, em segundo lugar aparecem as visitas a parentes e amigos com 25,4%, e destes turistas, 95,2% são brasileiros e apenas 4,8% estrangeiros (CURITIBA, 2018).

Para Moura (2007 apud FERNANDES, 2015, p.10):

Curitiba possui em seu recorte cultural um marcante traço de renovações urbanas que possibilitaram o surgimento de oportunidades de novas atividades econômicas, dinamizando a formação de mercadorias que incorporaram espaços da cidade, tornando-a um produto ofertado e consumido por atividades de cultura, de lazer e de turismo.

A qualidade de vida existente na cidade consiste em uma das principais finalidades do planejamento urbano (FERNANDES, 2015), tal indicador influencia diretamente a qualidade do destino turístico, uma vez que uma cidade que atende expectativas e necessidades, satisfazendo seus habitantes, apresenta elementos urbanos de infraestrutura e serviços, assim como atrativos turísticos, que possuem qualidades que serão reconhecidas e apropriadas pela prática do turismo, favorecendo seu desenvolvimento.

Como citado por Cruz (2018, p. 98)

Curitiba se destaca como uma das três cidades do estado consideradas competitivas e estratégicas para o desenvolvimento da atividade turística no Brasil. Possui política urbana, mobilidade, conectividade, infraestrutura, logística, disponibilidade de energia e está localizada estrategicamente em um ambiente propício para abrigar grandes negócios, a uma distância de 400 km de São Paulo, considerado o maior centro econômico do Brasil.

Inclusive em Curitiba, como em outras regiões do mundo, existem os *Convention & Visitors Bureaux* (CVB) que buscam melhorar os destinos a fim de atrair mais eventos, participantes e, conseqüentemente, negócios para a cidade (MARTINS, 2008 apud PAIXÃO, A. 2016). De acordo com Dwyer & Forsyth (1997 apud PAIXÃO et al. 2020, p. 29) “os *Convention Bureaux* devem atuar no segmento *MICE – meetings, incentive, congresso and events*<sup>2</sup>, pois o segmento pode trazer benefícios tangíveis e intangíveis relacionados aos gastos dos viajantes”, com estes segmentos Curitiba tem a capacidade de “melhorar a qualidade, a imagem e a competitividade da região, satisfazendo as necessidades de seus consumidores, alcançando melhores resultados para todos os envolvidos” (PAIXÃO A. 2016, p. 35).

No caso do produto turístico Curitiba, considerada por muitos profissionais e pesquisadores como um destino turístico organizado, o CCVB precisa lidar com elementos difíceis de controlar, tais como a dificuldade das relações com a comunidade, o complexo relacionamento entre público e privado, a constante participação no desenvolvimento, produção e hierarquização dos produtos turísticos, entre outras questões que levam os consumidores turísticos a melhorarem suas percepções, experiências e imagem do destino (GÂNDARA, 2004 apud PAIXÃO A. 2016).

Para melhorar a percepção sobre a cidade, várias áreas tiveram suas funcionalidades alteradas, onde exigiram transformações como reforma e

---

<sup>2</sup> Tradução livre do inglês: encontros, incentivo, congressos e eventos.

revitalização urbana, adequando antigas edificações e setores da cidade para sediar empresas do setor terciário, que adentraram nestes espaços apropriando-se das melhorias urbanas que foram implantadas, atribuindo-lhes novos usos, novas clientelas, novos significados (SCHETTINI, 2008, apud FERNANDES, 2015). Exemplos destes novos usos foram os eventos como o Pré-Carnaval Garibaldi e Sacis, a Virada Cultural de Curitiba, as oficinas de música de Curitiba, os Festivais de Teatro, a programação de Natal, as programações de sábado na Praça da Espanha com feira de antiguidades e eventos culturais, o *Reveillon* “fora de época”, entre outros (CURITIBA, 2013 apud FERNANDES, 2015, p. 207).

Porém, no momento os eventos promovidos pelo setor público foram cancelados, inclusive o turismo em Curitiba antes da pandemia se encontrava com crescimento de desembarques no Aeroporto Internacional Afonso Pena de +5,2% em janeiro de 2019 para 2020, com a pandemia houve uma queda de -51,6%, com isso é possível perceber que no 1º semestre de 2020 a doença trouxe muitos prejuízos para a cidade, no setor de eventos 42 eventos foram adiados (eventos de negócios), 2 cancelados e 3 se transformaram em eventos *online* (INSTITUTO MUNICIPAL, 2020).

Pesquisa realizada pelo Sebrae em Abril de 2020, mostra que 98% do setor de eventos foi afetado em todo o Brasil, (SEBRAE, 2020), em novembro de 2020 a Prefeitura de Curitiba aumentou o limite permitido para a realização de eventos e a abertura de cinemas, teatros e casas de festas em até 50% (G1, 2020).

### 2.1.2. Classificação dos eventos

Neste projeto apresentamos algumas classificações de eventos, as mesmas são distribuídas por diversos fatores, tais como: localização, categorias, tipologias, áreas de interesse ou até mesmo características estruturais. Os eventos podem ainda ser “**abertos** – pode ser frequentado por todo tipo de pessoa, sendo o participante quem paga suas próprias despesas, ou **fechados** – evento realizado para um grupo restrito de participantes” (MARTIN, 2003 p. 43).

As áreas de interesse de um evento podem ser inúmeras, podendo ter mais de uma modalidade dentro de uma mesma área, como algumas citadas abaixo, apresentadas por Britto e Fontes (2002):

**Empresarial:** enfoca as pesquisas, resultados e realizações das organizações e seus associados;

**Governamental:** trata de realizações criadas pelo governo em qualquer instância;

**Social:** São eventos de interesse comum a sociedade, realizações familiares ou de conjuntos de amigos, visando a confraternização entre as pessoas ou comemorações específicas;

**Lazer:** objetiva proporcionar entretenimento aos seus participantes;

Outras classificações bastante utilizadas e que podem definir o início de um planejamento de evento é a sua **localização**, podendo ser local (bairro), distrital, municipal, regional, estadual, nacional ou internacional. Os eventos também ganham especificidades distintas podendo ser de pequeno, médio ou grande porte.

Uma mesma classificação pode englobar diversos tipos de eventos, deixando o organizador de eventos definir e exemplificar ao seu cliente qual é o melhor e mais adequado tipo a ser utilizado, diante dos objetivos do acontecimento proposto. No quadro 1 são indicados alguns tipos de eventos e suas nomenclaturas.

QUADRO 1 - EXEMPLOS DE TIPOS DE EVENTOS.

TIPO	EXEMPLO
<b>Programas de Visitas</b>	Famtour <i>OpenDay</i>
<b>Exposições</b>	Feiras Exposições Road-shows <i>Show case</i> Mostras Salões <i>Vernissages</i>
<b>Encontros Técnicos e Científicos</b>	Congressos Conferências Videoconferências Ciclos de Palestras Simpósios Mesas-redondas Painéis Fóruns Convenções Seminários Debates Conclaves <i>Brainstormings</i> Entrevistas coletivas <i>Workshops</i> Assembleias Carreatas
<b>Encontros de Convivência</b>	Saraus

	Coquetéis <i>Happy-Hours</i> Almoços Jantares Banquetes Encontros culturais Shows
--	---

Fonte: Adaptado de Brito e Fontes (2002, p. 62)

Diante de tantos tipos de eventos são necessários diferentes espaços para acolhe-los também, desta forma na próxima sessão vamos discutir os tipos de espaços de eventos.

### 2.1.3. Espaços para eventos

Com a evolução da economia o setor de eventos cresceu, com isso “as empresas voltadas exclusivamente para a realização de eventos, dos mais diversos tipos, tamanhos, surgiu representada por grandes centros de eventos” (MATIAS, 2001 p.69). Entretanto, para melhor atender a eventos específicos são utilizados espaços próprios, estruturados para eventos, como espaços em hotéis, centros de convenções, salões de festas, que são preparados para melhor atender a diversos tipos de eventos.

Para escolha dos locais foi preciso verificar alguns itens para a soma de um evento de sucesso, com a adequação aos objetivos e o porte de evento (VIEIRA, 2002), como capacidade, localização geográfica, infraestrutura como salas, salões, estacionamento, área de circulação, água, luz, acessibilidade (MARTIN, 2003).

Nos hotéis o departamento de eventos é realizado por uma gama de profissionais, sendo eles diretores, gerentes, assistentes, atendentes, e tantos outros, também é seguido por setores de marketing, alimentos e bebidas e anda em parceria com o setor de vendas, sua estrutura é complexa e bem elaborada para poder suprir todas as necessidades que um evento pode vir a necessitar. (RUTHERFORD, 2004). Nesse contexto, o setor da hotelaria está cada dia mais se adequando as mudanças em seus espaços, em boa parte, pela revolução tecnológica, agravando-se a pressão exercida pelos investidores, administradores, clientes e empregados para isso (ANDRADE, 2002). Com uma equipe bem preparada e treinada a estrutura organizacional poderá crescer e trazer lucros e maior visibilidade a empresa.

Outro tipo de espaço para eventos são os centros de convenções, estes locais possuem estrutura para comportar eventos de grande porte, sendo considerados para shows, congressos e também simpósios, o local possui enormes dimensões. Um bom centro de eventos deve conter espaço para Comunicação: como local para tradução simultânea, ou auto atendimento; Espaço para estacionamento, uma das maiores necessidades modernas, tanto para carros pequenos como veículos de grande porte e Salas e Salões versáteis, onde possam ser montado diversos formatos de eventos num mesmo local ao mesmo momento (VIERA, 2002).

Além desses, casas de show e casas de espetáculos podem ser considerados todos os locais que possuam estrutura para receber concertos, ou apresentações musicais, variam de localização e tamanho, sendo sua capacidade alterada para cada local, indo de conchas acústicas, a estádios esportivos. Com isso, diferentes tipos de locais comportam diferentes gêneros musicais, como concertos são normalmente realizados em salas de concerto ou teatros, enquanto gêneros como Rock, Dance e Pop são apresentados em casas noturnas, pubs e espaços como encontrado na Pedreira Paulo Leminski em Curitiba.

Outros tipos de eventos podem variar de locais, como aniversários, casamentos e festas podem ser realizados em restaurantes e também em chácaras, os locais geralmente possuem estrutura física diferenciada com mobiliário próprio, alimentação a escolha do cliente e também diferenciais como cerimônias ao ar livre e também paisagens encantadoras.

Todos os espaços podem se tornar espaços para eventos, sendo eles sociais ou de negócios, sua partida será feita dependendo do propósito do cliente, cada evento possui suas particularidades, baseado nisso deve ser escolhido o melhor local para realização de seu evento.

Assim, considerando o contexto apresentado até aqui, abaixo descrevemos quais são os tipos de espaços para eventos em Curitiba.

QUADRO 2 - TIPOS DE ESPAÇOS DE EVENTOS EM CURITIBA

TIPO	EXEMPLO
<b>Centro de Convenções</b>	Centro de Eventos FIEP Expo Unimed Curitiba Expotrade Convention Center
<b>Espaços para Exposições - Feiras</b>	Expo Barigui Expo Unimed Curitiba



	Expotrade Convention Center
<b>Clubes</b>	3 Marias Curitibanos Jockey Club do Paraná
<b>Espaços de eventos</b>	Castelo do Batel Eventos Novo Paraná Clube Park Cultural Spazio Van
<b>Hotéis</b>	Bourbon Curitiba Convention Bristol Brasil 500 Confiance Batel Four Points By Sheraton Go Inn Curitiba Ibis Centro Cívico Mabu Curitiba Business Nacional Inn Curitiba Nacional Inn Torres Curitiba Nomaa Hotel Pestana Curitiba Slaviero Executive Curitiba Victoria Villa
<b>Restaurantes</b>	Cascatinha Hard Rock Café Madalosso Maggiore Terrazza 40
<b>Teatros</b>	Pedreira Paulo Leminski Teatro Guaíra   Auditório Bento Munhoz da Rocha Netto – Guairão Teatro ópera de Arame Teatro Positivo   Grande Auditório

Fonte: Adaptado da Matriz de Espaços para Eventos 2017/2018 da Prefeitura de Curitiba.

Nota: Descrição completa da tabela – APÊNDICE II.

Os espaços devem ser escolhidos de acordo com cada evento, sendo determinado pela quantidade de convidados, infraestrutura local (salas, salões e espaços adjacentes), distância e localização do espaço.

Os **Centro de Convenções** são locais que permitem ter uma abrangência maior para seus eventos, foram construídos para receber eventos que não são comportados em hotéis. Os centros de convenções permitem maior flexibilidade para o promotor ou para o organizador, para contratação de fornecedores e também disposição do espaço. Cidades que possuem centros de convenções tendem a ampliar essa boa estrutura para todos os setores do turismo receptivo, atraindo grandes eventos, que aumentam a riqueza circulante (TENAN, 2002). Considerando o Quadro 2, em Curitiba e Região Metropolitana é possível exemplificar os espaços entre eventos grandiosos para feiras, exposições e shows, eventos medianos nos espaços em hotéis e os pequenos em coworkings e hotéis com espaços para até 60 pessoas.

Os **espaços para exposições e feiras** possuem amplo espaço, servem como uma vitrine de uma temática especial de diferentes empresas que, durante um período limitado de tempo e em um espaço determinado e organizado para tal fim (MIZZIN, 2012), é constituído por stands, para melhor visualização das marcas, os visitantes percorrem corredores (ou ruas) e conhecem os produtos ou serviços expostos, podem ser de ordem comercial, industrial ou puramente promocional, porém em todas a divulgação de produtos é seu ponto forte (FEIBERGER, 2010). Em Curitiba e região metropolitana, encontra-se como exemplo o Centro de convenções FIEP, Estação eventos, Expo Unimed, Expo Barigui, Expotrade Convention Center e Marumby Expo Center.

**Clubes** possuem diversos ambientes com tamanhos e capacidades distintas, os locais recebem todos os tipos de eventos de pequeno a grande porte, os locais possuem geralmente flexibilidade em seus espaços, tendo estética, paisagem e estacionamento como bônus, e usualmente são utilizados por associados, mas aberto a não-associados em alguns casos. Os locais possuem estrutura para eventos como aniversários e confraternizações, eventos corporativos, festas juninas, casamentos, formaturas, churrascos e afins. Exemplo no quadro 2, como o clube 3 Marias, Jockey Club do Paraná e o Clube Curitibano.

Eventos esportivos geralmente são realizados em **espaços desportivos**, podem ser de ordem local, municipal, regional e até internacional, exemplos característicos são as Olimpíadas, a Copa do Mundo, os Jogos Pan Americanos e todas as modalidades de eventos que envolvam assuntos pertinentes ao desporto (FEIBERGER, 2010). Exemplo Ecoestádio Janguito Malucelli, Estádio Joaquim Américo e Estádio Major Antônio Couto Pereira.

Considerando que **Espaços de eventos** são todos aqueles que comportam e se adaptam a um evento, em Curitiba é possível verificar inúmeros espaços, versáteis e modernos, preparados para receber celebrações de todos os portes como o Castelo do Batel utilizado para eventos sociais e de negócios, Park Cultural, Spazio Van e o Shopping Pátio Batel.

A realização de eventos em **coworkings** podem trazer benefícios aos eventos, sendo um local de colaboração, onde podem contar com o apoio de diversos profissionais, sendo sempre uma troca de experiências e ideias. Coworkings são frequentados por criativos e inovadores, o que torna o ambiente inspirador, e é excelente para quem é palestrante ou organizador de eventos,

podendo ser ofertado opções como cursos e workshops (VIDA DE COWORKING, 2017).

Eventos podem ser realizados em **hotéis** por dois meios, por eventos sediados na cidade onde os participantes se hospedam no local, ou o evento é realizado no local. São geralmente de fácil acesso, localizados centralmente, possuem estrutura para eventos como congressos, convenções, feiras, exposições paralelas, eventos corporativos, festivais, entrevistas coletivas, *workshops*, lançamentos de produtos, eventos sociais e familiares (TENAN, 2002) o mesmo ocorre com eventos em Associações, Empresas, Entidades, Federações e Instituições de ensino.

Eventos em **museus ou espaços culturais** tem o benefício de realizar o evento em um local com arquitetura belíssima, tendo como principal objetivo as atividades com relação a arte, ressaltando os aspectos de determinada cultura, para conhecimento geral ou promocional, alguns espaços não autorizam a realização de festas particulares, formaturas ou casamentos no local, como é o caso do Museu Oscar Niemeyer (MUSEU, 2020).

É comum a realização de eventos sociais em **restaurantes**, como casamentos, eventos corporativos, formaturas e aniversários. Os espaços possuem gastronomia tradicional, parceiros credenciados, customização, formatos variados e atendimento profissional (BELLAGIO, 2020 e VICTOR, 2020). Exemplos são os restaurantes Cascatinha, conhecido pelos casamentos, Hard Rock por eventos de negócios e temáticos e também o restaurante Madalosso, com diversos espaços para todos os tipos de eventos.

Os **teatros** são os mais antigos espaços de eventos no mundo, teve sua origem na Grécia no século VI a.C (ARAUJO, 2018) em Curitiba temos teatros renomados, tais como o Teatro Guaíra, Teatro positivo, Ópera de Arame entre outros, com eventos grandiosos que nos fornecem o privilégio de tornar a cidade um local com equipamentos que buscam conectar e trazer experiências incríveis para todos os espectadores.

Os Espaços de eventos em Curitiba possuem capacidades variadas, com áreas distintas entre elas, cada local tem seu espaço único, variando de como cada organizador de eventos utilizará o local, sendo assim todos os espaços podem ser alterados para realização de um evento.

Curitiba é um ótimo local receptivo para diversos eventos, como dialogais, sociais, competitivos, demonstrativos e de premiação. Em 2019 foram realizados diversos eventos na cidade, os maiores eventos que a cidade recebeu foram os shows de Dee Snider (Rock), Kamasi Washington (Jazz), Paul McCartney (Rock), Warung Day (Festival de música eletrônica), Blackberry Smoke (Rock), Coolritiba (Festival interativo com música, exposições, moda, sustentabilidade e gastronomia), Slash ft Myles Kenndy & The Conspirators (Hard Rock), Villa Mix (Festival Sertanejo), Curitiba Country festival (Sertanejo), Tribaltech (Festival de música eletrônica), Curitiba Motorcycle Day (Festival de rock e motocicleta), Prime Rock (Festival de Rock).

Os shows e eventos culturais como festivais sertanejos, de *rock* e *jazz* são os mais comuns no local, porém eventos de negócios encontram-se diariamente pela cidade, sendo eventos fechados para empresas com foco no produto ou serviço específicos, são exemplos como *Summit* Sebrae 2019, Simpósios médicos, Fórum de negócios, Congressos sobre autismo, Encontros de direitos entre outros.

## **2.2. Pandemia e seus impactos na humanidade**

Pandemia vem do grego Pás/ Pán - “todos, completo, totalidade” e Démos - “pessoas, povo, população”, “todas as pessoas” (PETERSON, 2013). Segundo Estavão Urbano, presidente da Sociedade Mineira de Infectologia, pandemia indica que a contaminação por uma doença se tornou global, sendo uma epidemia que se tornou amplamente disseminada, onde afeta uma região inteira, um continente ou o mundo (ESTADO DE MINAS, 2020).

Ao longo dos últimos séculos e a evolução da humanidade, pode ser notado um grande número de novos vírus e novas epidemias espalhadas pelo mundo. A questão é que os vírus, na maioria dos casos, sempre estiveram presentes em nosso cotidiano, porém as crenças mudaram, nos antepassados era de se acreditar que uma nova doença e muitas mortes eram atribuídos a fúria dos Deuses, à ação de demônios malignos ou ao ar danoso (HARARI, 2020). Tais crenças faziam com que a população se juntasse para cansativas horas de oração à deuses e santos, o que no caso só prejudicava ainda mais a situação da população, trazendo infecção em massa da população por meio das aglomerações.

Somente nas últimas décadas, com a interação de médicos, enfermeiros e cientistas, conseguimos evoluir com questões epidemiológicas, compartilhando informações importantes para a população (EXPLICANDO, 2019). Como nos antepassados não era de se imaginar que pudesse existir um vírus ou bactéria capaz de trazer tantos danos, com a evolução foi possível sequenciar o genoma dos patógenos e trazer curas ou testes para identificação de doenças.

Um grande exemplo desta evolução na ciência foi a varíola, doença viral altamente contagiosa, cuja primeira aparição foi entre os séculos X e XX, juntamente com a peste negra. Com sua fácil transmissão pode-se ter milhões de mortes atribuídas a doença, com o avanço médico e o poder do sequenciamento, foi possível conseguir uma vacina altamente eficaz. A partir de uma campanha global de vacinação, foi possível erradicar a doença, comprovado em 9 de dezembro de 1979 a Organização Mundial da Saúde emitiu certificado de erradicação do vírus da varíola. (SHUELER, 2019).

Com a globalização, a combinação de crescimento populacional e maior eficácia dos transportes a humanidade se tornou ainda mais vulnerável as epidemias (HARARI, 2020), como mencionado por França e Bertolozzi (2003, p. 39) “desajustes sociais em escala mundial, combinados à deterioração ambiental, carência de educação e viagens internacionais rápidas, uma das características da globalização, criam condições para doenças emergentes e o retorno de pestes antigas”, entretanto, é possível verificar, por todas as epidemias já vividas pelo homem no decorrer dos anos, que algumas ocorreram em épocas de inexistência de meios de transporte de massa.

Hoje o Turismo é um dos setores mais afetados pela pandemia, a Organização das Nações Unidas (ONU) prevê para 2020 um retrocesso em relação ao ano de 2019, "Uma queda estimada entre 20 e 30% poderia ser traduzida em uma redução do faturamento do turismo mundial em cerca de 300 e 450 bilhões de dólares, quase um terço do 1,5 trilhão de dólares gerados em 2019", destacou a organização em um comunicado (ALVES, 2020). Em verificação pela Organização Mundial do Turismo (OMT, 2020), a doença acarreta no dia de hoje um retrocesso de 5 a 7 anos, derivado nos avanços que tivemos neste período.

A doença causou danos para todo o setor, diversos hotéis no Brasil fecharam por tempo indeterminado, muitos deles ofereceram em seus sites a lista de hotéis inoperantes e operantes, como informado no site das redes hoteleiras, tais como:

Bourbon (BOURBON, 2020), Accor (ACCOR, 2020) e outras. Hotéis em outras partes do mundo ofereceram seus leitos sem hóspedes para o combate ao Covid-19, sendo transformados em alas hospitalares para tratar os afetados pelo vírus, e outros como abrigo para profissionais da saúde.

Pesquisa lançada pelas empresas Cap Amazon e Mercado e Eventos, descreve que turismo doméstico será o primeiro a se recuperar dominando as vendas pós pandemia, de 250 agentes apostam ao mesmo tempo em destinos na América do Sul e apenas 50 profissionais apostam na Europa e Estados Unidos. A pesquisa foi realizada e obteve dados de mais de 400 agentes de viagem das cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Curitiba (MASETTO, 2020).

Foi registrado também nesta pesquisa, que o público será voltado para famílias, visitas a amigos e viagens para ambientes com natureza e bem-estar. (MASETTO, 2020). Para a pesquisa realizada pelo TRVL podemos verificar alguns pontos para a retomada do Turismo pós pandemia, sendo elas viagens para destinos nacionais, com retomada tímida, sendo na maior parte para o Nordeste e praias regionais (TRVL, 2020).

Os homens se espalharam pelo mundo e transformaram o deslocamento de pessoas em um Turismo sólido e de grande importância, começando sua dispersão ainda no Egito Antigo e nos impérios Grego e Romano como vemos nas pesquisas realizadas por Amaral Júnior (2008) e Frattucci (2008). Assim também é possível verificar a dispersão das pandemias e epidemias pelo mundo, tendo sua primeira grande pandemia com a Praga de Antonine no período de 165 -180 (HARARI, 2020, p. 10).

### **2.2.1. Gripe Espanhola**

A Gripe Espanhola, que aconteceu entre 1918 a 1920, originou-se de duas hipóteses, a primeira delas que a doença teve sua origem no Kansas, nos Estados Unidos, região rural com a base militar de Fort Riley, onde seus soldados iriam lutar na 1ª Guerra Mundial, o Fort foi o local onde foi obtida a primeira confirmação de morte pela doença, do cozinheiro Albert Gitchell em 4 de Março de 1918. A segunda hipótese diz que a doença originou-se na França, em Etaples, onde estavam as principais bases militares britânicas, no litoral do Canal da Mancha, o local era base para chegada e partida de militares para a Inglaterra, além de conter hospitais e

cemitérios, a cidade continha aproximadamente 5 mil habitantes antes da guerra e teve um súbito aumento para 80 mil habitantes, chegando a centenas de milhares de habitantes em alguns períodos (NERDOLOGIA, 2020). Nas duas hipóteses a Guerra foi decisiva para a rápida disseminação da doença, onde as pessoas estavam confinadas em quartéis pequenos e superlotados, passando fome e desnutrição, com higiene precária nas trincheiras e no fronte, cenário perfeito para a propagação do vírus.

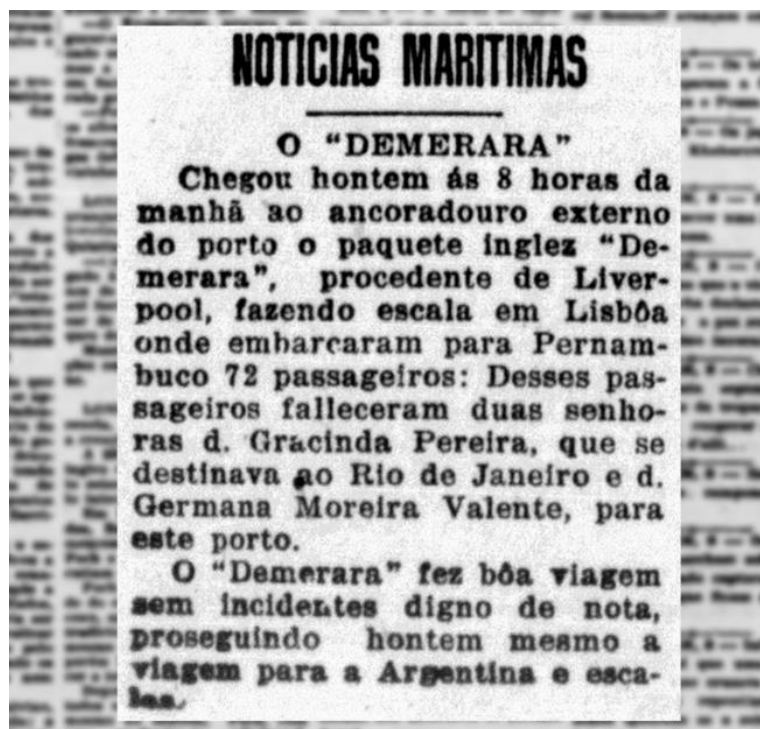
A gripe Espanhola ganhou este nome após a Espanha, país neutro e de imprensa livre, no qual jornais não sofriam censura, publicar notícias sobre a gripe, sem medo de afetar a moral das tropas em combate (BEZERRA, 2018).

A gripe foi provocada por um subtipo do vírus Influenza, H1N1, vírus este de derivação animal que evoluiu e passou a ser transmitido pelos humanos. Os médicos não sabiam ser possível um vírus causar a doença, muito menos tinham medicamentos ou vacinas para conter o avanço, este vírus foi o primeiro que depois de anos causou medo generalizado no Brasil, vivido entre 2009 e 2010.

A quantidade de mortes causadas por esta pandemia fica entre 20 a 100 milhões, não sabendo o número exato de fatalidades pois muitas das mortes não tinham suas causas definidas ou registradas, já que em cada cidade o número de mortes era altíssimo, as notícias da época relatam que os coveiros estavam sendo pessoas comuns, recrutadas pelos policiais para abrir covas comuns, com pessoas sendo enterradas em massa por escavadeiras.

No Brasil temos a data certa de seu início: 21 de setembro de 1918, com a chegada do navio-correio inglês “Demerara” (FIGURA 1) vindo de Liverpool com escala em Lisboa/Portugal, que desembarcou doentes nas cidades de Recife, Salvador e Rio de Janeiro (até então capital do Brasil), além dos 72 passageiros contaminados, a embarcação trazia duas mulheres já mortas durante a viagem. Além disso, meses depois marinheiros brasileiros também retornaram ao país com a doença. Acredita-se que 35 a 50 mil pessoas vieram a falecer no país, sendo dois terços da população do Rio de Janeiro infectados, dentre os doentes o então presidente na época, senhor Rodrigues Alves, eleito em Março de 1918, não teve condições de assumir o cargo em Novembro, falecendo em 16 de janeiro de 1919, assumiu em seu lugar o vice, Delfim Moreira.

FIGURA 1 - NOTÍCIA DO JORNAL PERNAMBUCO, COM DESCRIÇÃO DA CHEGADA DO NAVIO DEMERARA AO BRASIL



FONTE: Jornal Pernambuco. PE.

No início a gripe não foi levada tão a sério, até que as pessoas começaram a morrer. O Biólogo e sanitarista Carlos Chagas, após muita insistência conseguiu autorização do governo para impor medidas de saúde pública, como quarentena de navios, notificação compulsória de casos, hospitais emergenciais e postos de atendimento, fechamento de escolas e teatros, paralisação do futebol, redução das missas nas igrejas, fechamento de parte do comércio, além de evitar aglomerações. (FIGURA 2).



FIGURA 2 - CONSELHOS SANITÁRIOS PARA A POPULAÇÃO



FONTE: Nerdologia (2020)

Como forma de combate ao surto de gripe o governo utilizou-se de meios técnicos, como a limpeza dos locais públicos isolamento de doentes de outros pacientes nas Santas Casas, como também pacientes de febre amarela presente na época ou em quartos isolados nas casas. Os médicos, por sua vez, empenhavam-se em combater os sintomas e rezavam para um milagre acontecer, de maneira que, até hoje a classe médica pelo mundo descreve o evento como “maior holocausto médico da história” (BBC, 2018).

O desaparecimento da gripe coincidiu com uma referência no turismo: o carnaval. No começo de 1919 a gripe desapareceu, tão sem esperar como quando chegou, logo após as pessoas saíram às ruas para comemorar o carnaval, um dos mais animados dos últimos tempos, onde as pessoas em seus carros alegóricos zombavam e vingavam-se da gripe, como se ela tivesse partido para nunca mais voltar, com suas fantasias usando mantos escuros, máscaras de caveiras e foices de papelão remetendo a morte, até hoje o carnaval é um dos maiores eventos no Brasil, trazendo turistas de todo o mundo. (Pernambuco, Diário de, 2020).

### **2.2.2. Gripe Asiática, Gripe de Hong Kong e Gripe Suína**

A gripe Asiática (1957 - 1957) é provocada pelo vírus influenza A do subtipo H2N2 e, neste caso, com a infecção mista transmitida através de animais (H2N2) e humana (H1N1). O vírus se manifestou na China e depois se dissipou rapidamente pelo continente asiático, chegando à Oceania, Europa, África e aos Estados Unidos. A doença obteve uma vacina capaz de curar a doença, porém foram fabricadas poucas vacinas, deixando até 2 milhões de mortos pela doença (TEODORO, 2020).

Com a gripe de Hong Kong (1968-1970) que ganhou este nome pois seu primeiro caso confirmado foi identificado na cidade, do subtipo H3N2, com infecção mista de animais (H3N2) e humana (H2N2). A gripe de Hong Kong chegou ao Ocidente no momento em que monopolizavam a atenção da sociedade o pouso na Lua, a Guerra do Vietnã e os protestos a favor dos direitos civis (BBC, 2020), e assim se espalhou por todo o Estados Unidos a partir de setembro daquele ano.

Segundo Orgaz, Nova York decretou estado de emergência, os hospitais de Londres superlotaram, Berlim guardou os corpos nos túneis do metrô, França apontou mais de 30 mil mortos e Reino Unido e Alemanha mais de 60 mil mortos, chegando a matar quase 2 milhões de pessoas, nada comparado ao que aconteceu em 1918, com a já citada gripe espanhola.

As gripes citadas são antecessoras da Gripe Suína, que ocorreu em 2009 - 2010, a primeira gripe influenza transmitida neste século, o vírus A-H1N1 veio com a combinação dos genes de aves, suínos e humanos e matou mais de 200 mil pessoas no período de dois anos.

### **2.2.3. Varíola**

A Varíola é uma doença causada pelo vírus Orthopoxvirus variolae, que possui sintomas parecidos com a gripe, porém com vômitos e úlceras cutâneas. O primeiro surto da doença aconteceu em 430 a.C, na Grécia, acredita-se que um terço da população grega tenha vindo a óbito. No século XV, com as grandes navegações romanas a doença chegou a América, sendo apenas controlada com a vacina de Edward Jenner (1749-1823) no século XVIII, até isso acontecer a doença

matou aproximadamente 300 milhões de pessoas ao longo dos anos (TODA MATÉRIA, 2020).

Com os avanços da medicina a varíola foi declarada extinta pela Organização Mundial da Saúde no início da década de 80. O último caso de varíola aconteceu na Somália, África, em outubro de 1977, este caso foi indicado pela OMS porém segundo Bill Gates, fundador da Fundação Bill e Melinda Gates (BMGF), a varíola ainda é um medo para o país africano, sendo analisado a todo ano para verificação de novos casos (NETFLIX, 2019).

Segundo Boadle (2020), quando os Europeus chegaram ao Brasil, trouxeram com eles diversas doenças, inclusive a varíola que dizimou boa parte dos indígenas que aqui viviam. Temerosos a disseminação das doenças passadas, mais de 850 mil indígenas brasileiros ainda hoje pedem ao governo que retirem de suas terras os homens brancos transmissores, como garimpeiros, madeireiros, caçadores, turistas e até missionários.

#### **2.2.4. Febre Amarela**

A febre amarela teve sua origem na África central nas colônias francesas, “receberam instruções para que fossem tomadas providências sanitárias, a fim de ser evitada a infecção amarílica procedente da África” (FRANCO, 1969 p. 7), a doença é transmitida através dos mosquitos *Haemagogus* e o *Aedes*, sua primeira aparição fora de seu local de origem foi documentada pelo jesuíta Raymond Bréton em 1635 na ilha de Guadalupe no México (FRANCO, 1969, p 6).

O primeiro surto documentado no Brasil foi em 1685, na Grande Recife e depois em Salvador um ano depois, a primeira grande epidemia no Rio de Janeiro foi em 1849, trazida por um navio vindo de New Orleans, que havia passado em Havana e Salvador e infectou todo o litoral brasileiro (BITTENCOURT, 2017).

A doença nos dias de hoje está controlada, porém no Brasil sua disseminação é feita principalmente por lenhadores, seringueiros, vaqueiros, garimpeiros, caçadores, indígenas, ribeirinhos dos rios, e em turistas (turismo ecológico) (VASCONCELOS, 2003). A febre amarela está na lista do Regulamento Sanitário Internacional, sendo assim todas as notificações devem ser feitas e também medidas devem ser adotadas para proteger os turistas estrangeiros e alertá-los sobre a necessidade de se vacinarem.

### 2.3. O COVID-19: a realidade de 2020

Os vírus são advindos dos animais, geralmente de aves, morcegos ou répteis, quando é transmitido aos humanos o patógeno encontra-se pouco adaptado, mas multiplicando-se dentro do hospedeiro e sofrendo mutações, podendo tornar o vírus mais infeccioso e mais resistente ao sistema imunológico humano. Como um único indivíduo pode hospedar trilhões de partículas virais que se replicam o tempo todo, cada pessoa infectada oferta ao vírus trilhões de novas oportunidades para se adaptar melhor aos humanos (HARARI, 2020).

Como informado pela Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS) (2020), ao todo, sete coronavírus humanos (HCoVs) já foram identificados: HCoV-229E, HCoV-OC43, HCoV-NL63, HCoV-HKU1, SARS-COV (que causa síndrome respiratória aguda grave), MERS-COV (que causa síndrome respiratória do Oriente Médio) e o, mais recente, novo coronavírus (que no início foi temporariamente nomeado 2019-nCoV e, em 11 de fevereiro de 2020, recebeu o nome de SARS-CoV-2). Esse novo coronavírus é responsável por causar a doença COVID-19.

O Vírus SARS-COV-2, deriva do nome Síndrome respiratória Aguda Grave, que causa a doença COVID-19, trata-se de uma nova cepa, um tipo de coronavírus que não havia sido detectado antes em seres humanos, descoberto em 17 de novembro de 2020 após ser diagnosticado na cidade de Wuhan, na província de Hubei, na República Popular da China (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020).

Enquanto isso pelo mundo, os diferentes governantes tentaram incansavelmente achatar a curva de crescimento da pandemia. Em países como Singapura, Taiwan e Hong Kong obtiveram sucesso, mantendo seu número de infectados baixo, através de métodos de prevenção como controle de fronteiras, realização de exames em massa e monitoramento constante, alguns locais impuseram punições financeiras aos infratores, que não respeitaram as ações tomadas. A China, país onde a pandemia iniciou, decretou *lockdown* nas cidades, reduzindo o número de mortos drasticamente (NOGUEIRA, 2020). Até junho de 2020 o mundo possui 8,9 milhões de casos em 188 países e territórios, com aproximadamente 469 mil mortes e mais de 4,4 milhões de pessoas recuperadas (BARRETO, 2020).

No mês de Junho, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o Brasil como sendo o epicentro da pandemia e alegando a situação como ‘profundamente preocupante’ (CHADE, 2020), no país, com cada Estado seguindo as regras de seus governadores, porém sem muitos testes para a população e com afrouxamento da quarentena.

A pandemia de COVID-19, causada pelo vírus SARS-CoV-2 ou Novo Coronavírus, vem produzindo repercussões não apenas de ordem biomédica e epidemiológica em escala global, mas também repercussões e impactos sociais, econômicos, políticos, culturais e históricos sem precedentes na história recente das epidemias (FIOCRUZ, 2020), para melhor verificar cada impacto será analisado alguns impactos que possuem ligação ao Turismo.

### **2.3.1. Impactos Socioeconômicos**

A projeção de mortalidade da doença COVID-19 fez com que medidas extremas fossem adotadas para controle da propagação mundial, transformando em severas restrições de mobilidade entre os países. Na China e na Itália, pela brusca infecção da população, os países adotaram medidas de fechamento de fronteiras, sendo elas “locais, regionais e nacionais bloqueando de forma imediata o trânsito de pessoas e provocando um choque expressivo sobre a demanda de serviços no turismo” (FREITAS; MAGNABOSCO; BANDEIRA, 2020), estas medidas começam bem antes do fechamento de fronteiras, sendo impostos fechamentos dos atrativos culturais, esportivos e também de negócios como feiras e congressos, como foi o caso dos maiores eventos de 2020 como o Torneio de Wimbledon/ na Inglaterra, UEFA/ na Europa, Cannes Lions/ França, Eurocopa/ Europa, NASCAR/ América do Norte, Parques da Disney e Universal Studios/ Todo o mundo, Tomorrowland Music Festival/ França, entre outros (COUDRIET, 2020).

Com a pandemia alguns impactos sociais foram vistos claramente, sendo também previstos impactos econômicos grandiosos, o aumento da pobreza foi visto como o maior abalo social, com queda de 5,3% no PIB da América Latina e Caribe, previstos pela Cepal, foi visto uma queda também de empregos e aumento da pobreza, as previsões são de aumento da pobreza extrema que deve subir para algo entre 13% e 14,2% em 2020 e a pobreza para algo entre 33,7% e 35,8% em 2020 (OLIVEIRA, 2020).

Segundo Oliveira (2020) com estudo da Cepal, alguns outros impactos sociais que poderão vir a acontecer entre 2020 e 2021 é o aumento da desigualdade em torno de 3%, a pandemia poderá acarretar em um aumento do trabalho infantil que antes da crise pandêmica era de 152 milhões de crianças trabalhando, estima-se que a cada 1 ponto percentual de aumento da pobreza o trabalho infantil aumente em 0,7 pontos percentuais.

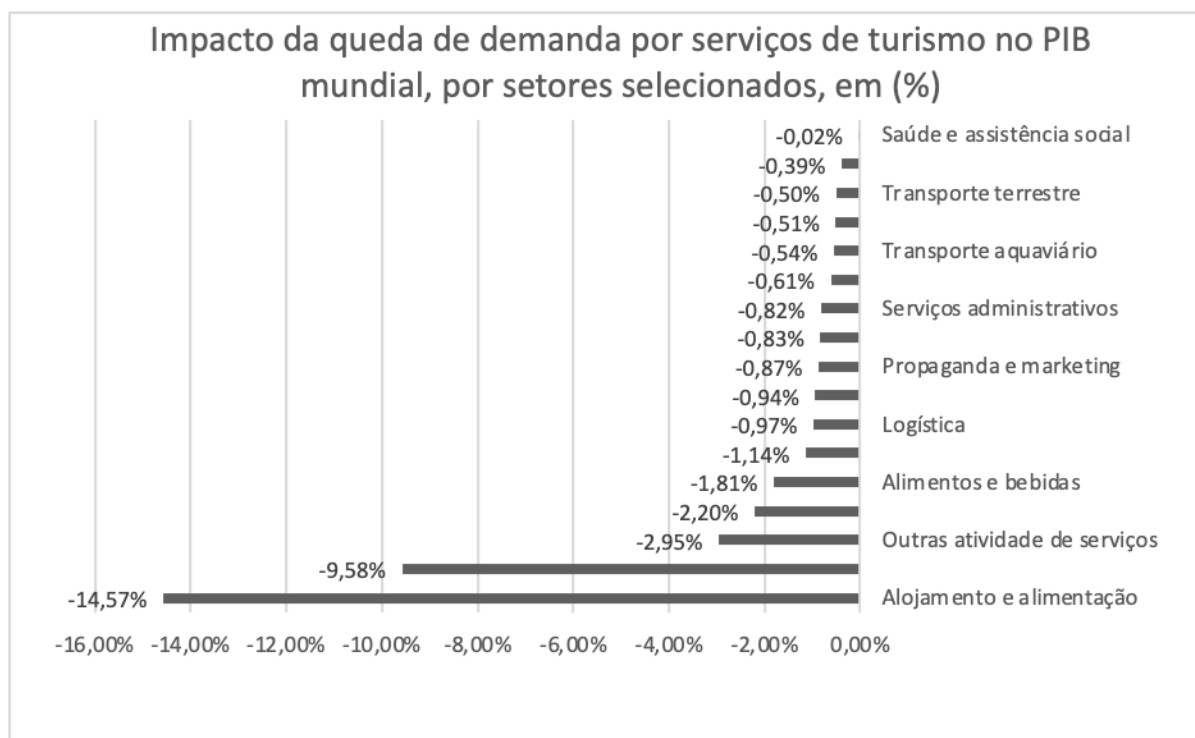
A economia teve grande impacto com a crise da pandemia do coronavírus, tendo seu setor paralisado no começo de 2020, para controle das ações da pandemia foi necessário o isolamento social restringindo as possibilidades de negócios em nível local e internacional.

As atividades econômicas que demandam espaços e contato físicos para funcionar estão sofrendo mais severamente os efeitos da crise. Em tal situação se enquadram boa parte das atividades da chamada “Economia Criativa”, como a realização de espetáculos teatrais, shows, eventos, apresentações culturais, gastronomia etc. Outras atividades, contudo, encontram espaço para expansão, como é o caso do setor de software e games. Importante ressaltar que uma parte considerável das atividades do setor não conseguem adaptar seus modelos de negócios a um contexto completamente digital, nestes casos o encerramento das atividades é a única opção (FGV, 2020, p. 2).

Baseado em nota informativa do governo federal “os impactos econômicos são diretamente relacionados à determinação do isolamento social e podem ser decompostos em três componentes: i) impacto imediato diante das restrições à produção e ao consumo; ii) duração do período de recuperação; e iii) impacto sobre a trajetória de longo-prazo da economia” (GOVERNO FEDERAL, 2020). Em pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas (2020), 88,60% das empresas sofreram queda no faturamento e apenas 7,60% mantiveram seu faturamento, sendo que 63,40% destas empresas não conseguem funcionar no momento de restrição de circulação de pessoas.

Abaixo veremos o gráfico realizado com base na matriz de insumos da World Input-Output Database (WIOD), base de dados que reúne todas as informações de transações econômicas no mundo.

GRÁFICO 1 – IMPACTO DA QUEDA DE DEMANDA POR SERVIÇOS DE TURISMO NO PIB MUNDIAL, POR SETORES SELECIONADOS, EM (%).



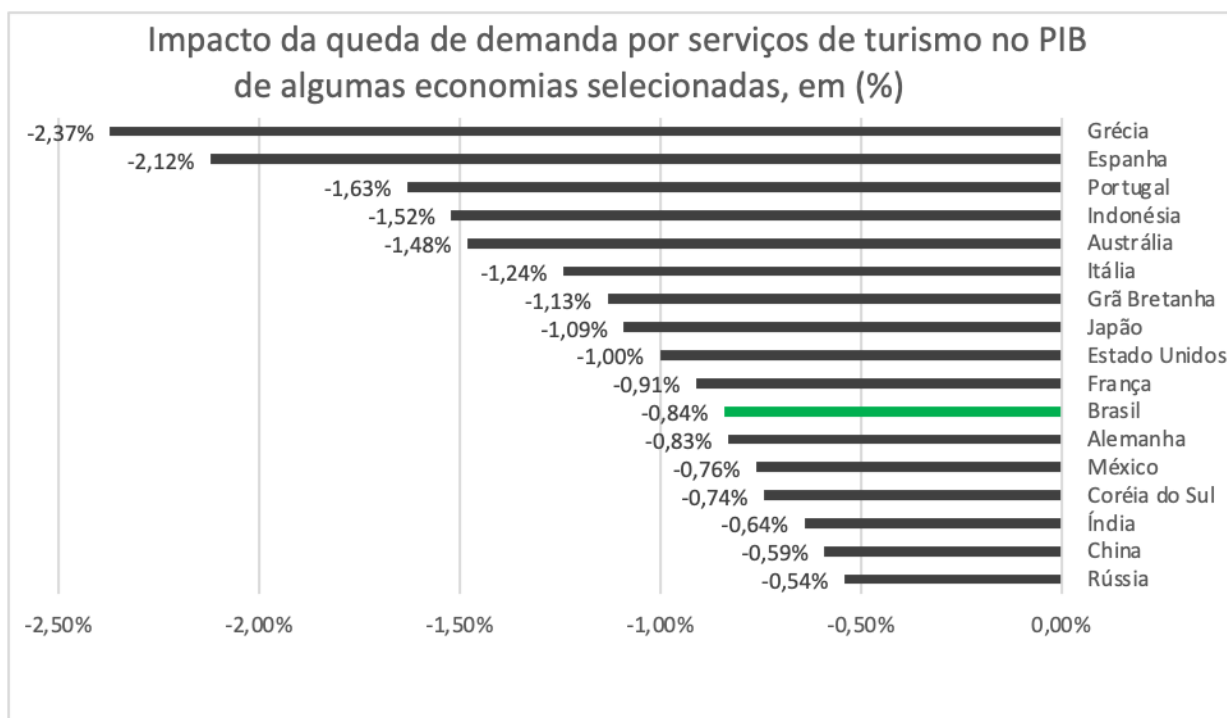
Fonte: Adaptado de FREITAS et al., 2020.

A base de dados informa que:

Pressupondo que as restrições prevaleçam por 60 a 90 dias ao longo de 2020 e que afetem a totalidade dos países, estima-se uma queda de PIB na economia mundial de US\$ 803,2 bilhões (valores a preços de 2018), o que representa 0,9% do PIB mundial. As perdas de emprego podem afetar 26,7 milhões de pessoas ocupadas em todo o mundo (FREITAS et al, 2020, p 16).

Baseando no gráfico 1, os setores mais afetados seriam o de alojamento e alimentação e também transporte aéreo, isso afeta não somente estes setores como todos os setores que fornecem serviços e produtos para tal, transformando um impacto em cadeia para todo o setor, no gráfico 2 podemos ver quais são os países mais afetados sendo a Grécia (-2,4%) e Espanha (-2,1%), o Brasil fica na 11ª posição com queda de -0,84%.

GRÁFICO 2 – IMPACTO DA QUEDA DE DEMANDA POR SERVIÇOS DE TURISMO NO PIB DE ALGUMAS ECONOMIAS SELECIONADAS, EM (%).



FONTE: Adaptado de FREITAS et al. (2020).

Com base em todos os dados, e seguindo a premissa de continuidade no setor turístico, a proporção de redução de oferta e demanda provocaria o fechamento de 37,8 milhões de postos de trabalho em todo mundo, o que equivaleria a 1,1% da força de trabalho mundial em 2019, com as restrições de mobilidade estima-se um queda de 6% no PIB mundial em comparação a 2019, chegando a uma perda econômica de US\$5,31 trilhões, “na ausência de políticas compensatórias, esta seria a maior queda na economia mundial já registrada na história moderna, com efeito muito agudo sobre o desemprego e a pobreza” (FREITAS; MAGNABOSCO; BANDEIRA, 2020, p.17).

Em alguns países estão sendo adotados políticas compensatórias, “ação do governo que tem por objetivo compensar ou minimizar carências nas condições de vida de estratos sociais específicos” (SILVA, 2020), no EUA foi disponibilizado US\$ 700 bilhões para aumentar o crédito e salvar empresas em situação de riscos, na Alemanha, a intenção é usar US\$ 331 bilhões de recursos fiscais para a recuperação econômica, na Espanha o país tem a intenção de disponibilizar US\$ 186 bilhões para auxílio. Na França, já foi anunciado um acréscimo de despesas



compensatórias de US\$ 46,5 bilhões e na Itália, de US\$ 26 bilhões (FREITAS et al, 2020) e no Brasil foi disponibilizado R\$ 404 bilhões (CAMARA, 2020) para pagamento de auxílios e combate a pandemia.

### **2.3.2. Impactos no Turismo, na Hotelaria e nos Eventos**

Como em outros segmentos do Turismo o setor hoteleiro foi um dos mais atingidos, o setor possui 2,5 milhões de leitos, divididos em 43,2 mil modos de hospedagem entre hotéis, pousadas, flats, hostels e etc (APSIS, 2020), oferece mais de 7 milhões de empregos diretos e indiretos, gerando cerca de R\$ 31,8 bilhões para a economia nacional. Segundo ABIH/MG (Associação Brasileira da Indústria de Hotéis em Minas Gerais) em Abril foi possível ver uma queda de 75% a 80%, comparado ao mesmo mês em 2019 (GRAND THORNTON, 2020).

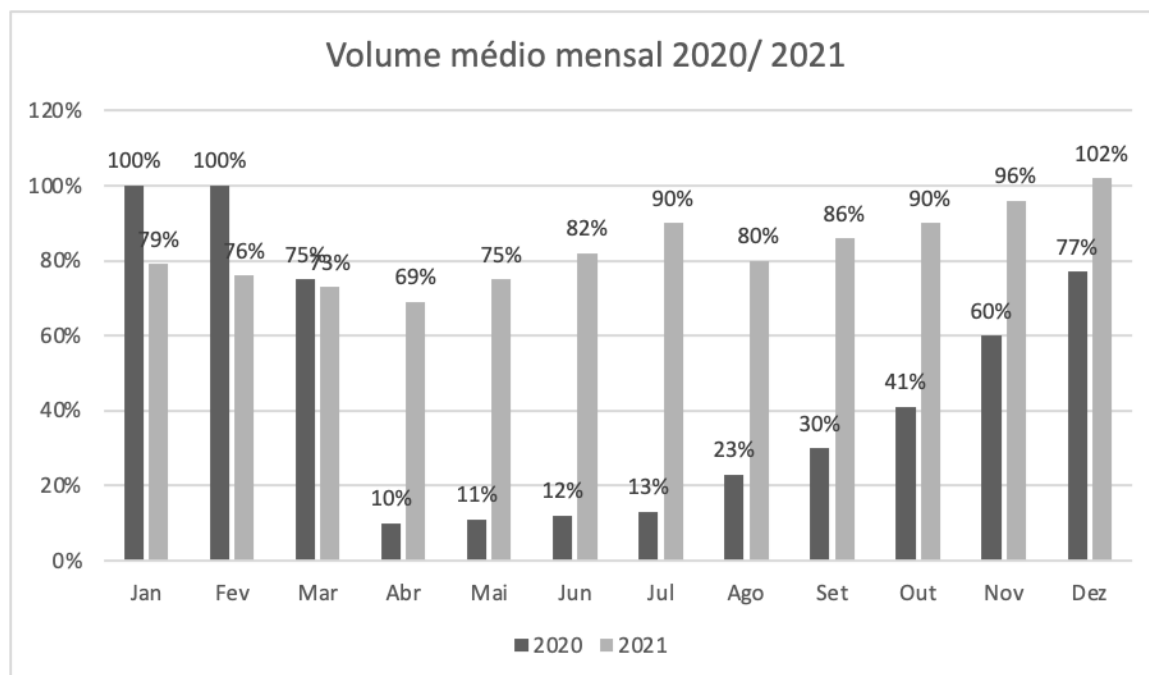
No acumulado de janeiro a agosto de 2020 houve uma queda de 49,8% na taxa de ocupação em relação ao mesmo período do ano passado, com destaque para as regiões Sul (-52%) e Norte (-42,3%), e queda mais tímida de 0,6% no valor médio das diárias, diz estudo da Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB, 2020), segundo carta aberta das principais associações<sup>3</sup> nacionais ao governo federal, o setor contabilizou R\$ 14 bilhões de prejuízos, com 295 mil demissões, impactando sobre 571 atividades econômicas dependentes do segmento, representando 8,1% do PIB Nacional (KUHL et al, 2020).

De acordo com estudos da Fundação Getúlio Vargas, o setor hoteleiro e de pousadas teve grande impacto no ano de 2020, verificando mensalmente a porcentagem de produção, como vemos no gráfico 3.

---

<sup>3</sup> Resorts Brasil, Sistema Integrado de Parques e Atrações Turísticas (Sindepat), Associação das Empresas de Parques de Diversões do Brasil (Adibra), União Nacional de CVBx e Entidades de Destinos (Unedestinos), Federação Brasileira de Hospedagem e Alimentação (FBHA) e Brazilian Luxury Travel Association (BLTA), além do FOHB e da ABIH.

GRÁFICO 3 - VOLUME MÉDIO DE PRODUÇÃO MENSAL DE HOTÉIS E POUSADAS EM 2020 E 2021.



Fonte: Adaptado dos estudos de FGV (2020).

As redes hoteleiras tiveram posicionamentos diversos para a situação, sendo que cada local teve suas dificuldades, abaixo algumas das medidas de cuidados das redes hoteleiras no Brasil.

### **Accor**

A rede Accor aumentou medidas de higiene e prevenção e introduziu medidas de higiene suplementares em alguns mercados para garantir as mais altas condições sanitárias e de limpeza. As unidades que permanecem operacionais estão comprometidas em atender aos hóspedes, mas alguns hotéis podem ser temporariamente fechados ou operados com serviços limitados, a rede adotou medidas de cancelamento flexíveis (MONACO, 2020).

### **Atlântica hotels**

A Atlântica Hotels e a Vert Hotéis implementaram um comitê multifuncional para monitorar diariamente o avanço da propagação do vírus e comunicar aos hotéis e investidores as medidas que estão sendo tomadas para garantir a rápida execução de procedimentos adequados para mitigar o impacto da pandemia.

Todos os colaboradores dos hotéis foram orientados a seguir as melhores práticas individuais de prevenção ao contágio, de acordo com os procedimentos oficiais dos órgãos competentes, como o Ministério da Saúde e Anvisa. Para os colaboradores do escritório corporativo, foi adotada a política de home-office até o próximo final de semana. Além disso, foram reforçados os padrões de limpeza e higiene em todas as unidades das redes. A Atlântica e a Vert também flexibilizaram a política de cancelamento para reservas efetuadas nos canais diretos (MONACO, 2020).

### **Blue tree**

A Blue Tree elaborou uma nova rotina para reforço na higienização em todos os ambientes dos hotéis, como recepção, apartamentos, restaurante, cozinha, lavanderia, áreas de lazer, eventos e espaços destinados às equipes. Esse protocolo está sendo implementado em todas as unidades da rede e será aplicado em uma rotina diária de prevenção à pandemia (MONACO, 2020).

### **Hilton**

Todas as equipes dos hotéis estão recebendo instruções contínuas e protocolos operacionais aprimorados, além de aumentar a frequência de limpeza nas áreas públicas com uso de desinfetante hospitalar. Além disso, será oferecida assistência médica 24 horas em todas as unidades, caso seja detectada alguma suspeita de coronavírus (MONACO, 2020).

### **Slaviero**

Slaviero Hotéis produziu três materiais com foco na comunicação interna com manuais de prevenção e higiene de todas as suas áreas, equipamentos e rotinas da operação e administração de suas 30 unidades, o escritório corporativo teve o início da prática de home office (MONACO, 2020).

Em 2018, segundo o Ministério do Turismo, Curitiba recebeu 4,5% dos turistas de negócios, sendo uma das 3 cidades que mais receberam este tipo de visitação (ALVES, 2019), tendo um crescimento de 35% nos últimos seis anos, atraindo 2,3 milhões de pessoas para a cidade em 2018 (G1, 2019).

De acordo com a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) o Turismo no Brasil perdeu cerca de 49,9 mil estabelecimentos entre

março e agosto deste ano, o saldo negativo no período equivale a 16,7% do número de unidades ofertantes de serviços turístico verificado antes da pandemia.

O surto de covid-19 afetou estabelecimentos de todos os portes, mas os que mais sofreram perdas foram os micro (-29,2 mil) e pequenos (-19,1 mil) negócios. Regionalmente, todas as unidades da Federação registraram redução do número de unidades ofertantes de serviços turísticos, com maior incidência em São Paulo (-15,2 mil), Minas Gerais (-5,4 mil), Rio de Janeiro (-4,5 mil) e Paraná (-3,8 mil). A CNC calcula que, em sete meses (de março a setembro), o Turismo no Brasil perdeu R\$ 207,85 bilhões. Mesmo com as perdas ligeiramente menos intensas nos últimos meses, o setor explorou apenas 26% do seu potencial de geração de receitas durante o período, destaca Fabio Bentes, economista da CNC. (CNC, 2020, p 2).

Segundo pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Promotores de Eventos (Abrape) (BARCELOS, 2020), mais de 90% dos eventos previstos para 2020 foram cancelados, adiados ou ainda estão incertos. Até outubro, mais de 450 mil eventos deixarão de acontecer por causa da pandemia. A perda para o setor de eventos já é de R\$ 290 milhões com mais de 840 mil desempregados até outubro, em 2019 o setor mobilizou R\$ 936 bilhões e gerou mais de 25 milhões de empregos em todo o Brasil (SKRABA, 2020).

É possível verificar inúmeras crises no setor de eventos, tendo mobilizações pelo Brasil inteiro, em Curitiba foi realizado uma “Passeata técnica CWB 2020” em frente à sede da Prefeitura no bairro Centro Cívico mais de 200 profissionais do setor de eventos pediram um olhar mais atento do poder público, para auxiliar o mercado com objetivo de conseguir a defesa de medidas paliativas claras para a subsistência da categoria até que os eventos sejam retomados plenamente, tal ato ocorreu no dia 08 de setembro.

Quanto ao lado cultural dos espaços de Curitiba, Mônica Rischbieter, diretora-presidente do Centro Cultural Teatro Guaíra informa ao jornal Gazeta do Povo que tem uma aflição pela falta de perspectiva sobre o fim da pandemia e o início das atividades para o ano que vem, a previsão para o local era que em 2020 o local recebesse de 145 a 150 espetáculos no decorrer do ano, tendo em vista o aluguel do espaço geralmente entre R\$ 8,5 mil, o prejuízo para o local ficou enorme (COELHO, 2020).

As empresas em todo setor se adaptaram a pandemia, trazendo inovações e adaptações frente as mudanças, focando em atendimento personalizados e com foco nos resultados que os clientes buscam, transformando eventos presenciais em

híbridos ou online, com cenários 100% digitais, cenários 3D e também cenários híbridos (AGENCIA ESFERA, 2020).

## **2.4. Turismo e a gestão de crises**

O setor do turismo é formado por áreas distintas que se complementam, neste caso cada local trabalha de um jeito único para englobar o Turismo num todo. Assim, o desenvolvimento do Turismo afeta resultados independentes, mas que sofrem impactos em conjunto, com níveis de efeitos tanto para a própria organização e grupos relacionados, como para o restante dos negócios indiretamente envolvidos (ATZINGEN, 2020). Assim, considerando a realidade instaurada no setor em função do COVID-19, é que se discute a crise e seu contexto no turismo.

A palavra “crise” vem do grego *krisis*, que significa um momento decisivo, separação e julgamento, levando ao conceito de que a crise leva à ruptura do estado anterior (SILVA, 2009), sendo assim levado a um rumo de melhora ou piora.

A crise é uma mudança brusca sobre algum aspecto. Toda vez que algo transcorre com normalidade e sem alterações, fala-se de estabilidade. Já quando uma situação estável incorpora uma mudança significativa de índole negativa, costuma-se dizer que há uma crise. A ideia de crise é aplicada em qualquer contexto humano da qual ocorre algo imprevisto, negativo ou grave. Quando surge o elemento ou fator novidade, interrompe-se o equilíbrio e conseqüentemente vem a crise (FACISC, 2018, p. 5).

Conforme Schimdt (2019) e Glaesser (2008) informam, a gestão de crises e a gestão de riscos não são termos semelhantes, eles apenas se complementam, porém, Novo (2020) e Atzingen (2020) nos explicam que gestão de riscos é uma etapa para conseguirmos definir a gestão de crises.

Assim, nesta análise apresentamos duas divisões temporais: a primeira chamada de gestão de riscos que antecede ao evento, e a segunda, no decorrer do evento, chamada de gestão de crise. Vale destacar que essa escolha se dá em função das duas terminologias apresentarem diferentes utilizações para cada autor. Para Schmidt (2019) gestão de riscos é o processo pelo qual a empresa identifica e classifica todos os fatores que podem de alguma maneira se transformar em uma crise ou estimular outros fatores geradores de crises. Já a gestão de crises, na visão de Schmidt (2019), é o processo que avalia o potencial de impacto do risco, caso ele se transforme em uma crise e quais são as medidas de controle para que isso não aconteça. Se a crise acontecer, a gestão de crises aplica todos os procedimentos já

planejados para o gerenciamento e controle da crise instalada, realizados na etapa da gestão de riscos.

Para Glaesser (2008) a terminologia gestão de riscos não é utilizada, mas a gestão de crises é classificada em 3 termos, primeiro "crise em potencial" que caracteriza a fase em que a crise não passa de uma criação mental, fruto da imaginação dos gestores, segundo 'crise latente' descrita como a fase em que a crise já irrompeu, mas ainda não é passível de ser identificada com os instrumentos quantitativos, e o terceiro termo 'crise aguda' que compreende o período em que o efeito destrutivo da crise é percebido e a empresa se esforça para enfrentá-lo.

Nesse contexto, utilizamos os dois termos para este estudo, gestão de risco para definir etapas que antecedem a crise (prevenção) e gestão de crises para definir o enfrentamento do problema final, quando a crise já irrompeu nos locais.

Com diversos percalços em 2019, a Organização Mundial de Turismo (OMT) ainda registrou 1,5 bilhão de chegadas internacionais, mesmo com a falência da Thomas Cook, as tensões geopolíticas e sociais e a desaceleração econômica global, que contribuíram para um crescimento mais lento (TEIZEN, 2020). Segundo Zurab Pololikashvili, secretário geral da OMT, "Nestes tempos de incerteza e volatilidade, o Turismo continua sendo um setor econômico confiável. Mesmo com tensões comerciais internacionais e indefinições geopolíticas, a indústria continua superando a economia mundial"<sup>4</sup> (HOSPITALITY NET, 2020, tradução nossa), esta fala foi realizada em janeiro de 2020, antes de todo o mundo entrar em colapso pelo novo coronavírus, o que tem assustado e gerado incertezas durante o ano de 2020.

Como todo setor tem suas áreas críticas, no Turismo não seria diferente, para prevenir as crises é preciso verificar meios de precauções. De início é necessário identificar quais "áreas da organização especialmente ameaçadas por acontecimentos negativos ou que são tão importantes que não podem ser expostas a ameaças, após identificação pode ser realizado o plano estratégico para o ambiente se proteger no meio em que opera" (GLAESSER, 2008, p.112).

Para cada nível da atividade turística pode-se verificar também níveis de impactos diferentes, ou seja, é possível que uma determinada região sofra com o

---

<sup>4</sup> "in these times of uncertainty and volatility, tourism remains a reliable economic sector". Against the backdrop of recently downgraded global economic perspectives, international trade tensions, social unrest and geopolitical uncertainty, "our sector keeps outpacing the world economy and calling upon us to not only grow but to grow better"

que outra nem sinta, isso ocorre em toda a esfera do Turismo, por isso em toda a cadeia produtiva temos que utilizar de contextos próprios, na qual cada setor e atividade retém sua própria estratégia de gestão de riscos, baseando-se em suas características próprias para reagir diante de situações graves e repentinas (ATZINGEN, 2020). A observação constante abre a oportunidade para a concentração e o planejamento de medidas de enfrentamento, como também demonstra os efeitos tardios que os acontecimentos podem gerar, sendo amenizado com preparativos estratégicos (GLAESSER, 2008).

Nós estamos enfrentando um acontecimento adverso, não previsto em qualquer etapa, sendo assim, “além da necessidade de elaboração de medidas que reduzam os riscos é imprescindível a análise de acontecimentos negativos de todos os ângulos” (FÓRUM, 2018, p.4), o que está acontecendo no mercado turístico requer avaliação constante, monitoramento e otimização contínua e completa. O setor deve agir de forma rápida e segura, projetando e executando planos de curto prazo, protegendo assim o funcionamento das empresas (GEORGE et al, 2020).

Na esfera global a atividade turística deve ter seus produtos e serviços planejados e geridos com prudência, pois cada ação tem seu efeito cascata, “isto implica no fato de as esferas afetadas terem de ser avaliadas e priorizadas com base na importância individual de cada uma” (GLAESSER, 2008, p. 110).

Diversos fatores são levados em consideração para definir os agentes de risco que ameaçam um setor, podendo ser definidos com influência em variáveis demográficas, culturais ou pela sua nacionalidade. Suas ações para minimizar ou evitar os riscos devem ser aplicadas de forma coordenada entre as organizações, com velocidade em suas ações que variam pela repetição dos acontecimentos (GLAESSER, 2008). Além das organizações o comportamento do cliente em aceitar e adotar tais medidas é de suma importância, sendo uma necessidade fundamental em gerir os riscos, pois se acontecer de forma planejada e síncrona, será possível controlar os efeitos negativos dos acontecimentos.

Desde o início da pandemia as cooperações entre as áreas do turismo foram úteis para a gestão de crises, “muitas medidas preventivas não têm características específicas a uma empresa. Portanto, as cooperações existentes são capazes de oferecer medidas aos parceiros que fazem parte delas, sem risco de enfraquecer as próprias posições” (GLAESSER, 2008, p. 172), a fim de impulsionar melhorias para o setor turístico “é necessário o reconhecimento político e a cooperação

interministerial, o envolvimento dos setores público e privado e planos de ação mais amplos liderados por instituições financeiras e organismos regionais.”<sup>5</sup> (UNWTO, 2020, tradução nossa). Sendo assim, fica compreendido que é preciso manter parcerias para neutralizar o efeito que uma crise pode ocasionar.

#### **2.4.1. A importância do Gabinete de Gerenciamento de Crise**

Devido as suas características, o turismo é uma atividade particularmente sensível às crises, sendo assim uma crise é inevitável em nosso meio, podendo ser melhor gerida com prevenção e antecipação, uma vez que mal gerida pode chegar a provocar o fim de instituições ou de uma carreira. Muitas empresas do setor turístico podem vir a falência ou ter seu negócio afetado por crises resultantes de incêndios florestais, terremotos, tsunamis, riscos de saúde como pandemias e epidemias, agitação social e política, crises econômicas ou má gestão (ANDIRIN et al. 2017).

Para compreender as origens das crises é fundamental a preparação das organizações, para que possam lidar com eventos que sejam inoportunos na existência da organização, com implementações em tempo hábil das medidas que eliminam e restringem as causas e efeitos de uma área-problema identificada (ANDIRIN et al. 2017; GLAESSER, 2008).

O objetivo de um manual ou plano de gerenciamento de crises é evitar maiores consequências negativas para o setor de eventos e também assegurar um rumo as organizações, com abordagens centradas na organização, bem como, focadas nas partes interessadas apontando características e tendências comuns. Isso inclui uma visão predominante da crise como uma ameaça, imprevisível e com múltiplas origens incertas que causam resultados negativos para a organização, para melhor gerenciar estas incertezas é possível utilizar-se da ferramenta de mapa mental para auxiliar a visualização e a análise das possíveis alternativas para o projeto em curso.

---

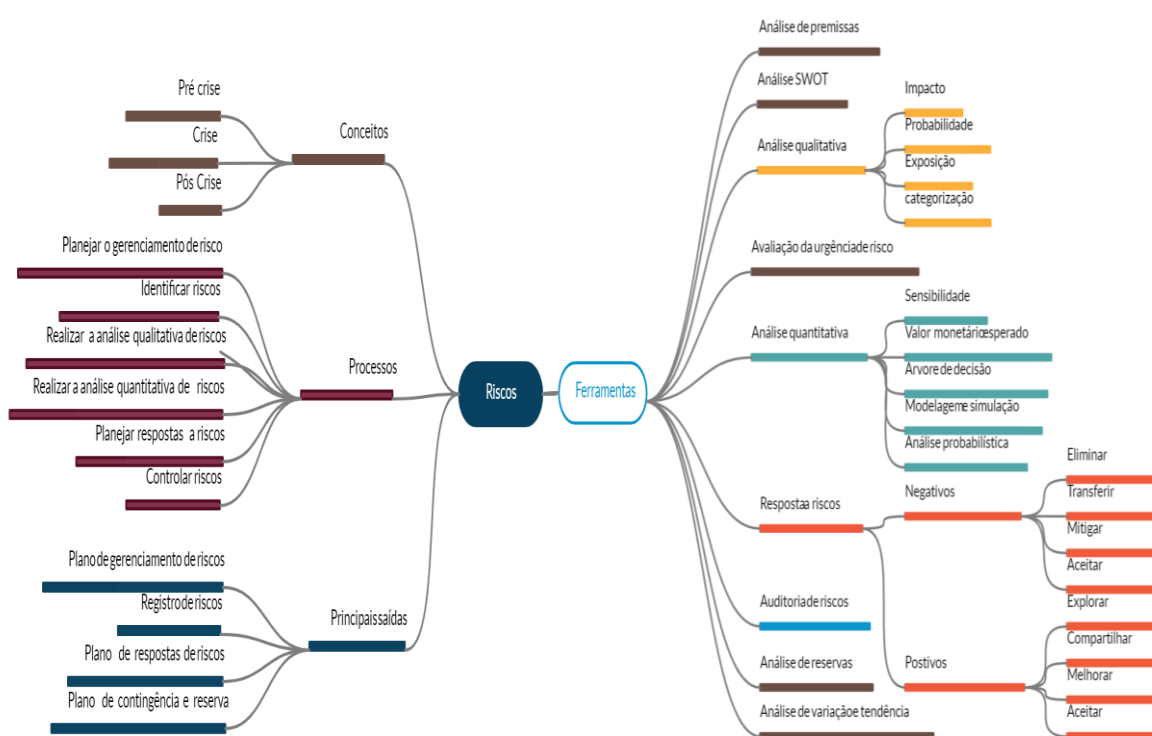
<sup>5</sup> "in these times of uncertainty and volatility, tourism remains a reliable economic sector". Against the backdrop of recently downgraded global economic perspectives, international trade tensions, social unrest and geopolitical uncertainty, "our sector keeps outpacing the world economy and calling upon us to not only grow but to grow better"



O mapa mental é utilizado para melhor entendimento de todo processo, e tem como objetivo organizar as informações visualmente para facilitar a associação das informações e ajudar a orientar e deixar mais fácil a memorização de pontos importantes do conteúdo, para os espaços de eventos é possível ser utilizado na hora do sequenciamento de tarefas (CAMPOS, 2012), descrito na figura 3, e também na hora de demonstrar os procedimentos a serem seguidos no comitê de crises.

Abaixo, podemos verificar um modelo de mapa mental para utilização no sequenciamento deste projeto, cada organização terá suas necessidades e poderá contar com as etapas adequadas a sua entidade, porém deve ser levado em consideração que o mapa mental é uma ferramenta para organizar e facilitar as atividades e podem conter informações diversas para cada espaço de eventos.

FIGURA 3 – MAPA MENTAL DO SEQUENCIAMENTO DO GERENCIAMENTO DE RISCOS



FONTE: Adaptado de Rodrigues (2013)

Para melhor manuseio da situação é importante ter providências à serem tomadas para evitá-las ou minorá-las, para que aconteçam de forma planejada e sistemática, alguns argumentos para a criação de um manual podem ser levadas com conotação positiva, como por exemplo os pesquisadores Ulmer, Seeger e Sellnow (2007) e Pauchant e Douville (1993 apud ANDIRIN et al. 2017), desafiaram a visão da crise como uma ameaça, concentrando seus estudos nas oportunidades e potencial de aprendizagem apresentados pelas crises organizacionais.

Para melhor monitorar uma possível crise é necessário traçar um planejamento estratégico de forma efetiva. Alguns estudos focaram nas estratégias de gerenciamento de crises como por exemplo, Hart, Heyse & Boin (2001), Hale, Hale & Dulek (2006), Hargis & Watt (2010 apud ANDIRIN et al. 2017) e também estudos indicados por Glaesser (2008), nos quais examinam a magnitude dos incidentes como também as etapas de uma crise, como pré crise (detecção), crise (reparo e crise) e pós crise (avaliação), podem ser empregado de duas formas como proativas se concentrando na prevenção e reativas quando o foco é suportar a crise um vez que já ocorreu.

Assim, é importante compreender que a **Pré crise** é compreendida na gestão preventiva, todos os responsáveis pelo sucesso ou fracasso da organização devem estar de acordo com a análise em tempo hábil das possíveis consequências que os acontecimentos negativos têm na estratégia do planejamento (GLAESSER, 2008).

Uma entidade bem estruturada deve ser preparada preventivamente para evitar ou conter os efeitos de uma provável crise, acima de tudo alicerçada em boas práticas de governança, transparência e de confiança.

Quanto mais a entidade pautar a sua atuação observando a legislação e as normas vigentes, operar no mercado financeiro com fundamentos técnicos e atuariais, independente de interesses políticos, fundamentar suas ações em princípios éticos e de responsabilidade socioambiental, menos vulnerável estará a crises inesperadas (ABRAPP, p.13, 2015).

Inclusive o processo de identificação de eventuais crises deve ser incorporado ao cotidiano das entidades diariamente, sendo definido como plano estratégico. As medidas estratégicas têm a intenção de, no mínimo, responsabilizar de forma conjunta as áreas causadoras de acontecimentos negativos, pelo menos

na esfera econômica ou jurídica, já que isso limitará as fontes de acontecimentos negativos. Cada área ou setor deverá mapear seus processos, identificando possíveis pontos que podem desencadear uma crise, sendo mantidos em uma matriz para gerenciamento, conseqüentemente, “para cada ponto levantado, é recomendado desenvolver um plano de contingência explicando seus possíveis desdobramentos, as ações padrões a serem adotadas e as áreas a serem acionadas em cada situação” (GLAESSER, 2008, p.167).

Podem também ser usados, além do mapeamento de processos, a cooperação entre empresas ou o seguro. A cooperação é realizada por meio de cooperativas que possuem medidas preventivas não específicas para uma determinada empresa, mas sim para um círculo de organizações, podendo assim oferecer bases de gestão de crises aos parceiros que fazem parte delas. Já com o seguro, é possível obter uma forma especial de transferência de riscos para possíveis acontecimentos negativos (GLAESSER, 2008).

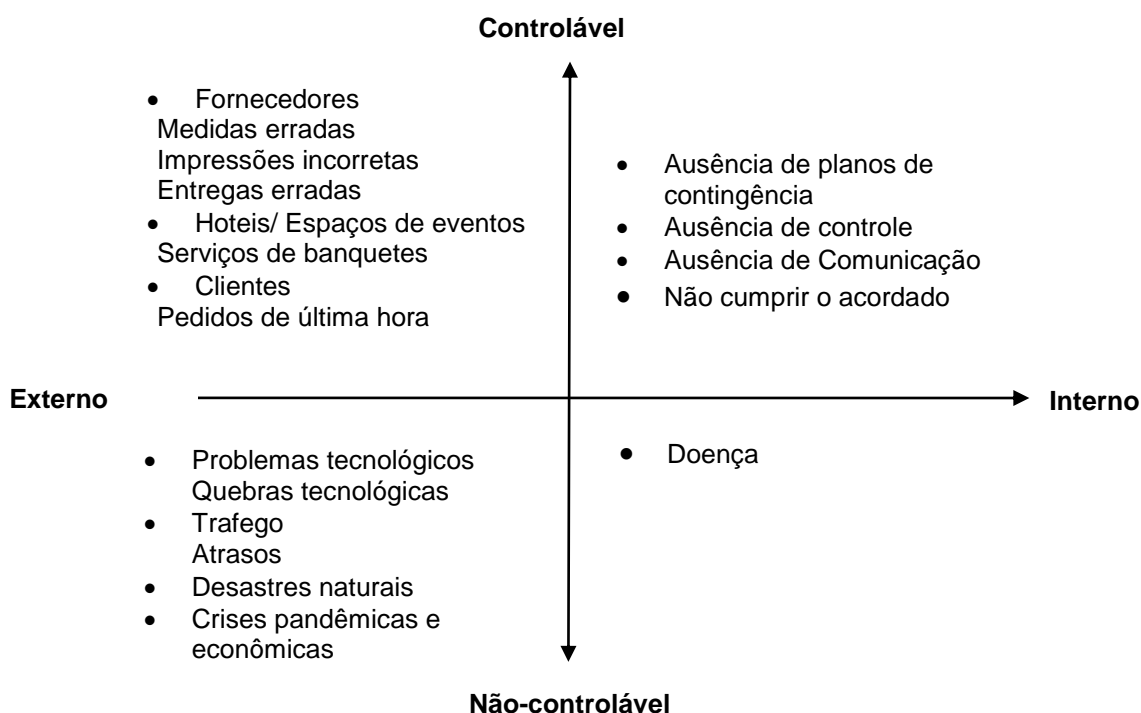
A próxima etapa detectada na literatura é a **Crise**, cujo objetivo de uma estratégia de enfrentamento consiste em neutralizar os efeitos em uma situação de crise, onde é de suma importância a estruturação imediata de um comitê de crise, com o “objetivo de obter uma estratégia de enfrentamento da crise que consiste em influenciar o desenrolar dos efeitos de um acontecimento negativo” (GLESSER, 2008, p. 177). Esse gabinete deve ser composto pelos integrantes de maior grau de cada área, para então analisar medidas preventivas e os focos da crise. As áreas para melhor orientação são tanto as operacionais quanto as de comunicação, o trabalho deve prever a definição do problema, levantando as informações importantes, centralizando a comunicação, e frequentemente, definindo as estratégias de mídia, falando diretamente com os afetados e também mantendo uma rotina. Toda estratégia deve ser mantida pela imagem, sendo observada constantemente, no que implica na perda de credibilidade (ABRAPP, 2015).

A última etapa é o **Pós crise**, que deve ser feito um levantamento criterioso do que ocorreu e o que poderá ser feito para melhorar em um próximo acontecimento. Desta maneira após terminado deverá ser realizada uma avaliação com o público, para verificação dos efeitos da crise e melhoramento das ações que foram realizadas.

Várias tipologias de crise foram apresentadas ao longo dos anos, podendo ser divididas em duas categorias: unidimensional e bidimensional. Uma das tipologias mais antigas da forma bidimensional é a de Mitroff et al. (1987 apud ANDIRIN, 2017) que estabeleceu que as crises podem ocorrer dentro (interna) ou fora da organização (externa) e são principalmente causadas por quebras técnicas/econômicas e causadas por pessoas, colapsos organizacionais ou sociais.

Por exemplo, as crises internas e humanas/ sociais/ organizacionais são consideradas mais controláveis do que as crises externas e técnicas/ econômicas. Abaixo na figura 4 demonstraremos algumas possíveis origens das crises no setor de eventos.

FIGURA 4 – ORIGENS DAS CRISES NO SETOR DE EVENTOS



FONTE: Andirin et al. (2017)

Para explicar a figura 4, apresentou-se o quadro a seguir, no qual as quatro origens das crises podem ser separadas por eixos, sendo interno e externo de fácil entendimento e como controlável e não controlável. Meios são controláveis são implementados nos processos para evitar problemas, como seleção de fornecedores confiáveis. As origens não controláveis são baseadas nas causas que são fora do

controle dos espaços e organizadores, como abaixo demonstrado mais detalhadamente as origens das crises.

QUADRO 3 – ORIGENS DAS CRISES

TIPO	EXEMPLO
<b>Externo/ Controlável:</b>	Fatores externos / controláveis ocorrem fora do alcance do organizador de eventos, mesmo os organizadores ou espaços de eventos não controlando seus fornecedores, os clientes e públicos consideram os mesmos responsáveis pelo desempenho de todos o conjunto de fornecedores. Podem incluir dentro desta origem a crise real ou artificial, sendo a real como um problema inesperado e artificial como os clientes que são difíceis de controlar.
<b>Interno / Controlável:</b>	Fatores sobre as quais o controle é elevado e independente da influência de organizações externas são classificados como internos / controláveis. Exemplo: a falta de informações/ comunicação, falta de planos individuais de back-up e longas horas de trabalho da equipe, é comum cada indivíduo ter seu plano de back-up único, pois cada evento tem seu formato e especificações, porém é de suma importância que seja criado um plano para delimitar saídas estratégicas para problemas corriqueiros.
<b>Externo / Não controlável</b>	Os fatores externos/ não controláveis referem-se a crises que ocorrem fora da organização e não podem ser prevenidas, são definidos como incêndios, desastres naturais, crises pandêmicas e epidêmicas, tráfego e atrasos. Muitas vezes tais ações não são levadas em consideração pelos espaços de eventos pois os mesmos creem não ser de necessário o local fazer um plano de gerenciamento que lide com crises externas.
<b>Interno / Não Controlável</b>	Os fatores internos / não controláveis geralmente são entendidos como problemas técnicos, como falhas nos geradores, falhas técnicas e falhas em computadores. Também, podem ser consideradas doenças inesperadas no local, intoxicação alimentar, entre outras.

FONTE: Elaboração própria a partir de Andirin et al, 2017.

Algumas estratégias operacionais podem ser levadas em consideração para lidar com as origens das crises, baseado nas fases de Mitroff et al. (1987 apud

ANDIRIN et al, 2017), cada fase possui seu método para gerenciamento, abaixo (quadro 4) é exemplificado cada ponto.

QUADRO 4 – ESTRATÉGIAS OPERACIONAIS PARA GERENCIAR CRISES

TIPO	EXEMPLO
<b>Prevenção e Preparação:</b>	Para prevenção e preparação é levado em consideração cada ponto na criação do evento, locação e organização dos espaços, cada organizador de eventos tem seu método de planejamento. Entretanto, alguns métodos são utilizados por todos para reduzir a probabilidade de falhas, como estabelecimentos de contratos com fornecedores, contratação de postos médicos, seguranças, inspeções dos estabelecimentos antecedendo o evento, testagem de equipamentos, são muito utilizadas reuniões de pré-operação para sintonizar todos os membros efetivos para estarem a par de todo o evento, criando assim uma rotina
<b>Enfrentamento</b>	No modo pessoal de enfrentamento é sempre necessário manter a calma e ser decisivo nas medidas a serem tomadas, tomando assim medidas racionais, evitando negações do problema, reconhecendo a situação e se concentrando na solução. Já no modo interpessoal é necessário verificar medidas mais amplas, como evitar maiores transtornos como preocupar o consumidor com o problema, e sim informá-lo quando o problema já estiver resolvido ou com uma solução substancial
<b>Recuperação</b>	A fase de recuperação é alcançada quando a crise se torna consciente ao consumidor/ cliente, fazendo com que os planejadores concentrem sua atenção na recuperação dos danos. É importante que ao invés de trazer apenas uma solução o planejador do evento reconheça que houve uma crise e que talvez precise de uma compensação pelo erro, as monetárias são geralmente mais efetivas quando a crise é maior, trazendo uma recuperação mais efetiva.
<b>Aprendizado</b>	O aprendizado de cada evento de crise é, na maioria dos casos, individual trazendo reflexões pessoais ao acontecido. Um manual pode trazer benefícios para crises únicas, mas a iniciativa para desenvolver soluções rápidas devem ser medidas a cada pequena crise.  Compreender origens e estratégias operacionais pode ser útil aos profissionais e espaços de eventos, pois cada tipo de crise relacionado à falha no serviço pode ser melhor abordado através de diferentes estratégias.

FONTE: Elaboração própria a partir de Andirin et al (2017)

A gestão de crise, com foco nos espaços de eventos, nos mostra uma realidade recente, um dos fatos que nos mostram tal inovação são as poucas fontes de pesquisa e também a rapidez com que as ações em um evento são tomadas, alguns organizadores de eventos nos informam que mesmo que a empresa decida ter vinte planos de gerenciamento de crises, a melhor tomada de iniciativa vem da ação e reação, sendo na maioria dos casos voltadas a crises menores e internas, porém para crises maiores de nível externo, deve-se ter ações pré estabelecidas para não haver maiores danos as organizações.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho possui natureza de teoria aplicada em pesquisa empírica (VEAL, 2011) baseado em estudos e evidências retirados de pesquisas documentais e experiências das empresas com espaços de eventos, pesquisa em formato indutivo, como descreveu Bacon, inventor do método indutivo (2007), o método de investigação e raciocínio estaria baseado a partir de observações feitas dos fenômenos, o método é formado por quatro etapas, a saber: a primeira observação/descrição após coleta de dados; a segunda organização, reunião e ponderação racional das informações recolhidas no processo de observação; a terceira em formular hipóteses de partida que possam servir de premissas (podendo ser reais ou não); todos relacionados com o ramo de eventos e o marco teórico construído para essa pesquisa e quarta etapa comprovação científica das premissas por meio de experimentações; (BUNDE, 2020).

O levantamento de informações foi realizado por meio de fontes bibliográficas e também artigos nacionais e internacionais selecionados a partir de periódicos conceituados nas plataformas Portal Capes, Publicações de Turismo, Google Scholar e SIBI (Sistema de bibliotecas UFPR). Esta fase inicial é caracterizada como exploratória, que tem como objetivo proporcionar maior proximidade com o problema da pesquisa, visando contribuir para os desdobramentos da pesquisa.

Assim, na primeira etapa, desenvolvida no mês de Abril de 2020, foram utilizados os seguintes descritores para pesquisa nas bases bibliográficas: “Pandemia”, “Pandemia and Turismo”, “COVID-19; turismo”, “COVID-19; eventos”, “COVID-19; viagens”, “COVID-19; Hotel”, “Gestão de crises no turismo” e “Gestão de riscos”. Foram observados 4 bases de dados para verificação, a base Portal CAPES não obteve resultado em nenhum dos descritores, em seguida a plataforma Publicações de Turismo obteve resultados relevantes apenas nos descritores “Gestão de crises no Turismo” e “Gestão de riscos”, resultando em 5 artigos utilizados. A plataforma Google Scholar obteve resultado em todas os descritores, porém com pouca utilização para a pesquisa, apenas 24 artigos foram recuperados e utilizados. O Sistema de bibliotecas UFPR não foi útil para o estudo, apenas com um resultado entre os descritores.

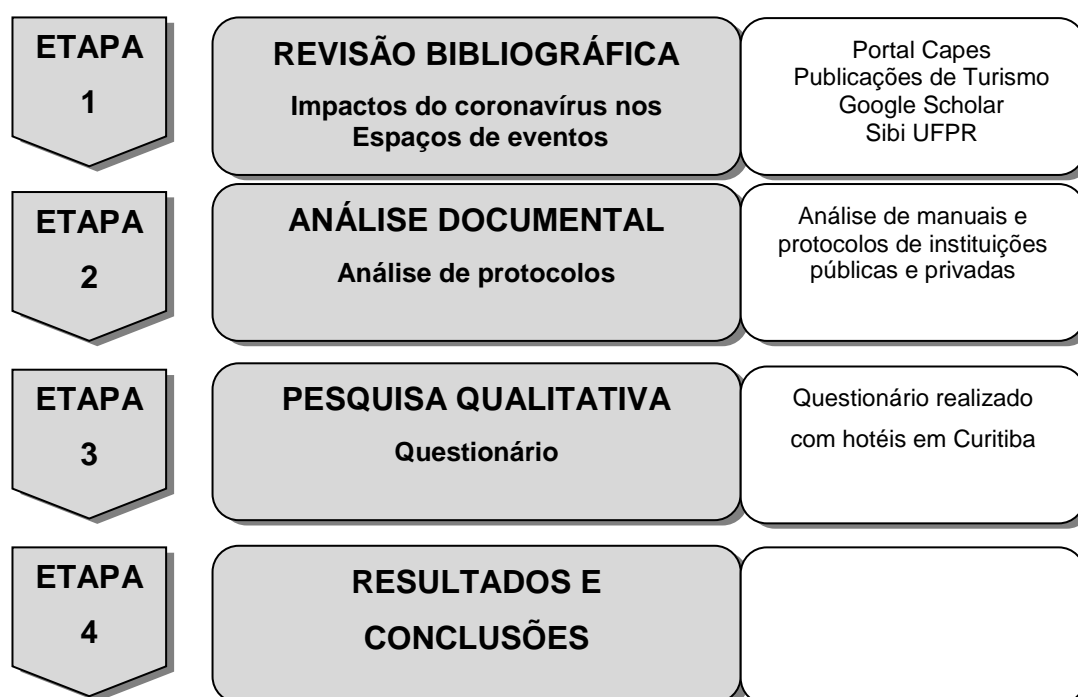


Na maior parte da pesquisa foi utilizado descritores conectores para fornecer dados para a pesquisa, foram utilizados “Impactos do coronavírus”, “Gestão de crises”, “Coronavírus no mundo”, “COVID-19 no Brasil”, todos os descritores foram utilizados em plataformas como Youtube, canais de notícias, Google e também na plataforma digital Amazon, para livros mais recentes. As pesquisas foram geradas no decorrer do estudo, pois houve necessidade de se aprofundar alguns temas mais específicos, como a história das pandemias com descritores como “Gripe Espanhola”, “História das maiores pandemias”, “Pandemias e epidemias”, “Varíola”, “História da Varíola”, a maioria dos descritores foram verificados por notícias e informações mais recentes, por condizer com um tema sem muitos estudos até o momento.

Para o desenvolvimento da pesquisa foi usado o tipo de pesquisa aplicada “motivada pela necessidade de resolver problemas concretos, mais imediatos. Tem finalidade prática” (SILVA 2014). Com método indutivo “começando do ponto A ‘observação’, continuando ao ponto B ‘análise’ e chegando ao ponto C ‘explicação’” (VEAL, 2011, p. 68), com natureza qualitativa, baseado em manuais de análise com fontes documentais foi fundamentada por meio de manuais, decretos e protocolos encontrados no decorrer das pesquisas. Para definir como seria atingida a verificação empírica da aplicabilidade e adequação do modelo de análise sugerido, conforme os objetivos firmados, foi feita uma revisão da literatura sobre métodos de pesquisa, apontando como método mais adequado, um estudo por conveniência.

O percurso metodológico adotado teve como princípio a seleção de documentos de fontes governamentais, institucionais e privadas, considerados desde o início da pandemia em fevereiro de 2020, cujo o ponto de concordância está na descrição dos cuidados de higienização dos espaços de eventos. Seus dados foram analisados manualmente, a fim de construir uma análise precisa e sensível a rapidez das transformações que a pandemia do COVID-19 gerou, a escolha dos documentos selecionados se deu em função dos conhecimentos acerca dos procedimentos utilizados no decorrer da doença.

QUADRO 5 - METODOLOGIA DE PESQUISA



FONTE: A autora (2020)

Para a próxima fase da pesquisa, foram verificados os manuais pré existentes no mercado, sendo analisados a partir de seu conteúdo, como no item a seguir.

## 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

### 4.1. PESQUISA: análise de protocolos

A análise dos protocolos iniciou-se em abril com o recebimento e verificação de manuais de empresas públicas e privadas. Em função da atividade profissional da pesquisadora em uma agência de eventos da cidade de Curitiba, alguns foram encontrados em sites oficiais das organizações, outros foram recebidos por meio de colegas de profissão e também pelo canal interno da empresa. Foram recuperados 33 manuais entre os meses de abril a agosto de 2020, que sem seguida tiveram seus protocolos verificados a fim de identificar quais se encaixavam melhor no estudo considerando: Turismo, Saúde e Eventos com protocolos distintos. Ao final, ficaram para análise da pesquisa apenas 9, os demais foram descartados pois apresentavam poucas informações expressivas para o estudo.

Nesse contexto, a partir dos critérios de escolha de manuais de órgãos governamentais do Paraná, órgãos de saúde que combatem a doença, hotéis com espaços de eventos e também órgãos internacionais, foram escolhidos por meio de relevância, os protocolos apresentados a seguir.

Os protocolos das redes de hotéis **Bourbon** e **Plaza**, pois atuam em todo o Brasil, possuem manuais próprios com medidas claras, são redes com grande renome em Curitiba e também apresentam espaços de eventos relevantes.

O órgão **Convention e Visitors Bureau Maringá** foi escolhido por ser uma instituição independente, não governamental, que promove o setor econômico e social de destinos turísticos. A organização criou um manual para os meios de hospedagem com protocolos de higiene e segurança bem explicativo e com grande relevância ao estudo, com indicações essenciais e transversais, com regras de distanciamento, higiene, comunicação e monitoramento, protocolos específicos para casos com confirmação do COVID-19 e também para os meios de hospedagem por setores: *front office*, sanitização de ambientes e governança, alimentos e bebidas, áreas e atividades de lazer e eventos e reuniões.

Para o setor público foram escolhidos o Decreto nº 407/2020 formulado pela **Prefeitura de Curitiba**, que dispõe de considerações e protocolos para a cidade

local de realização da pesquisa e também o Decreto nº 28.114 formulado pela **Prefeitura de Foz do Iguaçu** cidade líder do turismo no Paraná, que estabelece protocolos de segurança sanitária para a retomada das atividades turísticas no município com ações em todo o setor turístico, sendo muito relevante para o estudo.

O protocolo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (**Sebrae**) foi escolhido a partir de sua relevância no setor empresarial e turístico. A organização firmou parceria com a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Paraná e também com a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Paraná (Fecomércio-PR), o Sebrae tem o objetivo fomentar o empreendedorismo no Brasil, sendo assim formularam um “manual de conduta segura para serviços de hospedagem na prevenção da COVID-19”, este manual contém orientações às práticas e procedimentos de segurança a serem seguidos.

Os protocolos dos órgãos **Ministério do Turismo**, **Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS)**, e **World Travel & Tourism Council (WTTC)** foram considerados por sua importância no setor Turístico e de Saúde, nacional e internacionalmente. O manual do Ministério do Turismo foi retirado do site e órgãos governamentais, o órgão Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS) é considerado o escritório Regional das Américas da Organização Mundial da Saúde (OMS), sendo assim um órgão oficial da área da saúde no Brasil. O manual do **Conselho Mundial de Viagens e Turismo** (em inglês World Travel & Tourism Council - WTTC) foi escolhido pois a instituição representa o setor privado global de viagens e turismo e está a mais de 30 anos no mercado.

Com esta análise foi criado o quadro abaixo (QUADRO 6)), foram separadas por setores “Diretrizes essenciais”, “Geral”, “Ordens Sanitárias”, “Evento”, “Comunicação”, “Recepção” e “Alimentação”. A escolha por essa divisão foi criada pela pesquisadora considerando como critério “Diretrizes essenciais” informações fundamentais para conhecimento sobre a doença e seus cuidados, “Geral” protocolos que poderão ser usados em todos os espaços, sendo eles de eventos ou não, trazendo segurança as pessoas que o frequentam, “Ordens Sanitárias” são os cuidados de higiene para os locais e pessoas, “Evento” protocolos específicos para os eventos presenciais, para maior confiança, “Comunicação”, “Recepção e “Alimentação”, são os setores principais para conseguirmos realizar um evento de qualidade.



	Revisar a capacidade dos espaços para reuniões e eventos em função do distanciamento social. Os espaços devem considerar a capacidade de 1,76m <sup>2</sup> por pessoa, cálculo de área formada pelo raio de 0,75m,	O	O	O	O	X	O	O	O	O
	Implementação de novos protocolos de segurança de saúde e higiene	O	O	O	O	O	O	O	O	X
	Criação de unidades de isolamento fora do local, sempre que possível, para indivíduos que apresentem sintomas de COVID-19	X	O	X	O	X	O	O	O	X
	Retirada de adornos de mesas e áreas comuns	O	O	O	O	X	O	X	O	X
	Estabelecer escalas e turnos de trabalho, com intervalo entre eles para evitar aglomerações na entrada e saída dos expedientes	X	X	X	X	X	O	X	X	O
	Limpeza e desinfecção de superfícies frequentemente tocada, como: pisos, corrimãos, lixeiras, interfones, botões dos elevadores, maçanetas, tomadas, torneiras e banheiros, além de outros objetos de uso coletivo, como cadeiras, sofás e espreguiçadeiras	O	X	O	O	O	O	O	X	O
Ordens sanitárias	Verificação de saúde / Aferir temperatura	O	O	O	O	X	O	O	O	O
	Etiqueta respiratória: Cobrir o nariz e a boca com lenço descartável ou com o antebraço ao espirrar e tossir	O	O	O	O	O	O	O	O	O
	Interação física limitada / evitar aglomeração	O	O	O	O	O	O	O	O	O
	Frequência adaptada de eliminação de resíduos por local (lixeiras com pedal)	O	O	O	O	X	O	O	O	X
	Limpeza de locais com fluxo de pessoas intenso com álcool 70%	O	O	O	O	O	O	O	O	O
	Produtos desinfetantes selecionados por local aprovado pelas autoridades de saúde (Ex: solução clorídrica, água sanitária)	O	O	O	O	X	O	O	O	O
	Corredor sanitário	X	O	O	O	X	X	O	O	X
	Ponto de serviços médicos	X	O	X	O	X	X	X	O	X
	Montar barreira sanitária na entrada, com tapete sanitizante, cabine de desinfecção, dentre outras alternativas.	X	X	X	X	X	O	O	X	X
	Camareiras e serviços gerais sempre com uniforme limpo (nunca usar o mesmo do dia anterior)	O	O	X	O	X	O	O	X	X
	Além dos Equipamentos de Proteção Individual já descritos pelo PPRA (Programa de Prevenção dos Riscos Ambientais), usar os EPIs definidos pelo Protocolo de Segurança do COVID-19 (sapato de proteção, touca descartável, avental descartável, luvas, máscara N95, óculos de acrílico);	O	O	O	O	X	O	O	X	X



	Uso de máscara ou face shield	O	O	O	O	O	O	O	X	X
Alimentação	Distanciamento de 1,5 / 2m entre mesas	O	O	O	O	O	O	O	O	X
	Melhorar o saneamento e limpar e desinfetar as mesas imediatamente após o participante sair	O	O	O	O	O	O	X	O	X
	Implementar protocolos alimentares relativos a alimentos terceirizados	O	O	O	O	X	O	X	O	X
	Disponibilização de sachê de álcool em gel 70% ou totem	O	O	O	X	O	O	X	X	X
	Uso de descartáveis	O	O	X	O	X	O	O	X	X
	Entrega de alimentos com cuidado ou sem contato com o profissional / cliente	O	X	O	O	X	O	O	O	O
	Fechamento de estações de buffet em curto prazo	X	X	O	X	O	X	X	X	X
	Serviço de buffet permitido com cuidados (estações podem ser usadas desde que os alimentos estejam expostos em estações / ilhas totalmente fechadas, havendo funcionários para servir individualmente os hóspedes)	O	X	O	O	X	O	X	O	X
	Coffee break em formato kit	O	X	O	O	X	O	O	O	X
	Coffee break em formato à lá carte	O	O	O	O	O	O	X	X	X
	Almoço em formato bandeja	O	X	O	O	X	O	O	O	X
	Almoço em formato rotisseria	O	X	O	O	O	X	X	X	X
	Almoço em formato empratado	O	X	O	O	X	X	X	X	X
	Atendimento com luvas e proteção	O	X	X	O	O	O	O	O	X
Não utilização de bebedouros	O	X	O	O	O	O	X	O	X	

FONTE: A autora (2020)



Baseado na tabela, foi analisado que as “**Diretrizes essenciais**” descritas nos manuais com explicações sobre a doença ou recomendações internas e externas, teve 61,11% de presença nos manuais analisados, constando na maioria dos protocolos, com informações como: as formas de transmissão presentes nos 9 manuais verificados, apresentação e explicações sobre a COVID-19 em 8 dos manuais analisados.

No setor “**Geral**” foram verificados protocolos que incluem recomendações para pessoas e espaços em diversas situações, podendo incluir no seu dia a dia. O distanciamento marcado nos espaços e limites de capacidade para locais com fluxo de pessoas intenso, foi encontrado na maioria dos protocolos, sendo constado positivamente em 73,33% dos manuais. Já a disponibilidade de produtos de higiene e limpeza como álcool 70%, distanciamento de 1,5m e o uso de máscaras estão presentes em todos os manuais analisados. Porém, a indicação de ofertar seguro aos locais com eventos, para casos de infecção no local, está presente em apenas um manual.

Nos manuais foi verificado um setor com as “**Ordens sanitárias**”, que estão presentes em 72,22% dos manuais, tendo como principais protocolos a verificação de temperatura, ensinamentos de etiqueta respiratória, informações para evitar aglomeração e limpeza constante de superfícies. Estão ausentes em alguns deles os protocolos como ponto fixo de serviços médicos no local, barreiras sanitárias na entrada como tapetes higienizantes e cabine de desinfecção.

No setor “**Evento**”, foi verificado que os manuais não estão com protocolos ou intenção de realização de eventos, pois em cerca de 47% não possuem dados ou protocolos específicos para o setor. Porém, nos que possuem tais protocolos (52%) indicam as medidas de distanciamento entre poltronas e mesas, equipe registrada com antecedência para melhorar o fluxo dos participantes, entre outros, principalmente sugerem a diminuição para 30% da capacidade nos espaços de eventos.

Para a “**Comunicação**”, foi verificado presença em aproximadamente 73% dos protocolos, que indicam: implementação de placas orientativas em todos os locais com fluxo de pessoas intenso, informações de protocolos como máscaras, lavagem periódica das mãos e distanciamento e também sinalização clara de capacidade máximo de uso de elevadores.

No setor “**Recepção**”, foi encontrada a implementação de inúmeros protocolos em cerca de 66% dos manuais, com destaque para: embutir divisórias de acrílico para cuidado de recepcionistas, usar aplicativos e novas tecnologias para evitar contato e aglomeração e aplicar de questionário sobre sintomas respiratórios.

Com o distanciamento e tentativas de driblar a doença, alguns protocolos foram verificados no setor da “**Alimentação**”, tão essencial para a maioria dos eventos. As ações indicadas no campo da alimentação foram: distanciamento de mesas e limpeza frequente dos locais, mantendo todas as superfícies limpas na entrada e saída dos clientes, controle de disposição dos alimentos, se realizado em formato buffet os funcionários deverão servir os clientes, de maneira que apenas uma pessoa entre em contato com os utensílios e mesmo assim, com o cuidado de utilizar luvas e proteção; e, caso de coffee break servir em formato kit ou à lá carte, e proibir a utilização de bebedouros.

Diante da diversidade de protocolos analisados, foi averiguado que os manuais não seguem um padrão de ações diante de uma crise. Considera-se então, que para melhorar a tomada de decisões diante de uma situação de crise, como a provocada pela pandemia do COVID-19a criação de um manual com normativas para o gerenciamento de crises se torna essencial.

## 5. PROJETO DE TURISMO: OS IMPACTOS DO COVID-19 NOS ESPAÇOS DE EVENTOS DE CURITIBA/PR E O PAPEL DO GABINETE DE CRISE.

### 5.1. DESCRIÇÃO DO PROJETO

Este projeto consiste em criar um manual de gerenciamento de crises que será voltado ao setor de eventos de Curitiba e Região metropolitana. Será desenvolvido para evitar ou minimizar possíveis crises consideradas de pequeno, médio e grande porte como sanitárias, infecciosas, econômicas ou apenas falhas no serviço, que possam ocorrer nos eventos e seus espaços no decorrer do processo. O público alvo é composto pelos gestores dos espaços de eventos de Curitiba e Região, que possuem a maior concentração de eventos na cidade, sendo voltado para a proteção dos locais.

O desenvolvimento do projeto será em um prazo médio de 8 meses e meio, por meio de levantamento de processos e criação do manual de gestão de crises, com a previsão de execução estruturada em 3 etapas:

- I. Identificação de eventuais crises no setor de eventos;
- II. Plano estratégico;
- III. Criação de manual de gerenciamento de crise.

### 5.2. ETAPAS PARA A EXECUÇÃO DO PROJETO

A primeira é a **Identificação de eventuais crises** que possam atingir o setor de eventos, que consistirá em analisar o setor de eventos de Curitiba e região, considerando os espaços para eventos e os tipos de eventos realizados, apresentando as possíveis crises que possam ocorrer nestes espaços.

A segunda etapa é a definição um **plano estratégico** de ação, onde é destacado cinco etapas, o **mapeamento de processos** que consiste na identificação dos problemas, o *brainstorm*, a delimitação de início e fim de cada processo, montagem de fluxo de cada ação de forma detalhada, a fim de determinar a sequência de passos, e a finalização do fluxograma de processos sendo feita uma análise final para revisão. Após o mapeamento é verificado os **pontos de crise**, ou seja, quais pontos são mais suscetíveis a desencadear uma crise ou a sofrer uma;

após esta análise são **elaboradas estratégias para os pontos**, sendo feitos planos de contingência explicando seus possíveis desdobramentos. Em seguida, são definidos **padrões de ações** a serem adotadas e para finalizar esta etapa são definidas as **áreas a serem acionadas** em cada situação.

E para a última etapa será, efetivamente, criado o **Manual de Gerenciamento de Crises** para espaços de eventos, que será usado como guia de gestão de crises para ser consultado a qualquer momento, considerando que uma crise pode trazer detrimento à imagem institucional e empresarial.

No quadro 7 a seguir, é apresentado o cronograma com o custo estimado do projeto, será realizado por consultoria e cobrado por hora, sendo dividido o serviço entre consultoria, análise e elaboração de toda a estrutura do projeto.

QUADRO 7 – ETAPAS DO PROJETO.

ETAPA			AÇÕES	CRONOGRAMA	RH	CUSTO ESTIMADO
Identificação de eventuais crises (setor eventos)			Análise	4 semanas	5 horas de consultoria	R\$ 80,00/ hora = R\$ 8.000,00
Plano estratégico	Mapeamento de processos	Identificação do problema	Análise	3 semanas	3 horas de Análise	R\$ 100,00/ hora = R\$ 4.500,00
		Brainstorm	Análise	3 semanas	3 horas de Análise	R\$ 100,00/ hora = R\$ 4.500,00
		Delimitação de processo (início e fim)	Sequenciamento	3 semanas	5 horas de sequenciamento	R\$ 100,00/ hora = R\$ 7.500,00
		Montagem de fluxo de cada ação de forma detalhada	Elaboração	3 semanas	3 horas de consultoria	R\$ 100,00/ hora = R\$ 4.500,00
		Finalizar o fluxograma do processo	Finalização	2 semanas	3 horas de consultoria	R\$ 100,00/ hora = R\$ 3.000,00
	Pontos de crise		Análise	3 semanas	5 horas de análise	R\$ 100,00/ hora = R\$ 7.500,00
	Elaboração de estratégias para os pontos de crise		Elaboração	3 semanas	5 horas de elaboração	R\$ 100,00/ hora = R\$ 7.500,00
	Padrão de ações		Elaboração	4 semanas	5 horas de elaboração	R\$ 100,00/ hora = R\$ 10.000,00
	Áreas a serem acionadas		Elaboração	3 semanas	5 horas para análise e elaboração	R\$ 80,00/ hora = R\$ 6.000,00
Criação de manual de crises			Criação	2 semanas	5 horas de criação	R\$ 100,00/ hora = R\$ 5.000,00

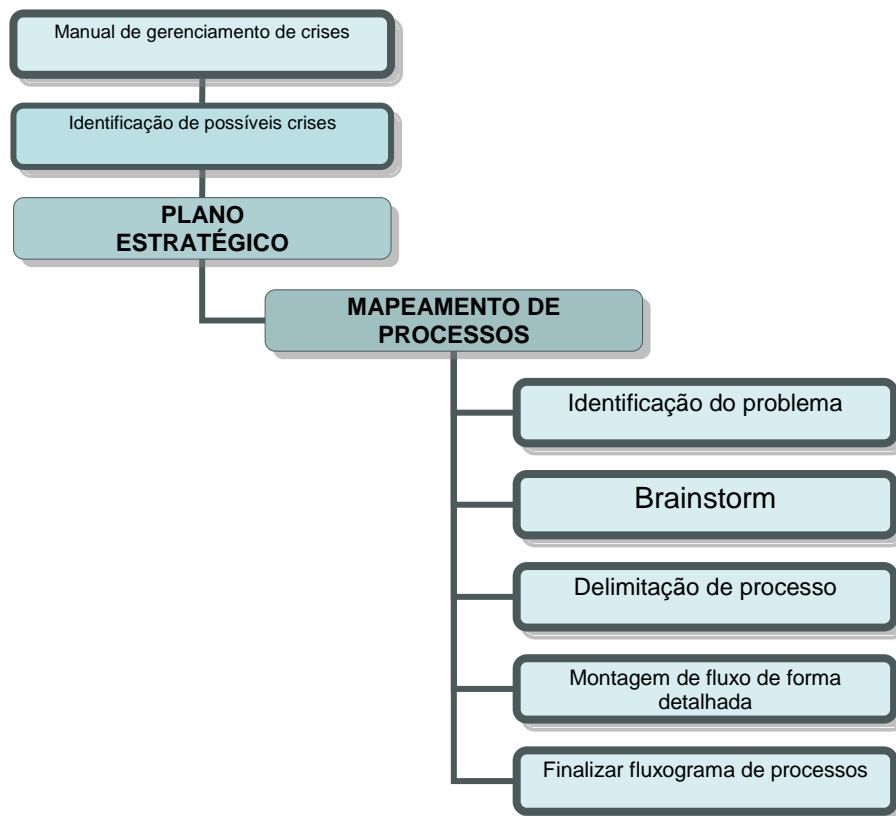
FONTE: A autora (2020).

As etapas do projeto foram divididas entre Identificação das eventuais crises, plano estratégico e criação do manual. Na Identificação das eventuais crises será realizado uma identificação de quais crises podem existir em meio aos espaços de eventos, como crises econômicas (bolsa de valores, cliente que não paga), desastres naturais (furacões, terremotos), Incêndios (Incêndios externos e internos),

crises de saúde (SARS, COVID-19, MERS), falhas no serviço (fornecedores, falta de EPI).

Já o plano estratégico foi dividido em fases. O mapeamento de processos exige muito esforço e detalhamento, buscando maior personalização das ações que irão ser tomadas no decorrer das semanas. Dessa forma, o mapeamento de processos é dividido em cinco etapas: **Identificação do problema** ocorre em cada área da organização, busca prováveis falhas em cada setor; **brainstorm** reunião na qual ocorrerá a exposição de ideias, sugestões e também debate sobre a etapa anterior; **delimitação de processos**, pois depois do debate de ideias deverá ser delimitado qual o início e fim de cada setor, quais processos irão seguir em cada área, seus procedimentos e serviços; **montagem de fluxo de cada ação de forma detalhada** e **finalização do fluxograma do processo**, ultimas duas etapas do processo de mapeamento. Na Figura 5 é possível verificar o sequenciamento do processo descrito acima.

FIGURA 5 – DEMONSTRATIVO DO PLANO ESTRATÉGICO E AS ETAPAS DO MAPEAMENTO DOS PROCESSOS.



FONTE: A autora (2020).

Após o mapeamento de processos, é preciso definir os **pontos de crise**, ou seja, quais os pontos de imperfeições em cada setor da organização, demonstrando os pontos fracos que cada setor possui para então conseguir elaborar estratégias de prevenção.

Posteriormente é preciso criar minuciosamente a **elaboração das estratégias** para cada ponto de crise encontrado na etapa anterior. Esta etapa surge a partir do ponto que cada crise tem sua peculiaridade, sendo única para cada processo da organização. Sendo assim, para cada organização deverá ser estabelecido um **padrão de ações**, definido a partir das estratégias de gestão da empresa, qual a melhor tática a seguir, assim será mais claro quais **áreas devem ser acionadas** dentro da organização e quais autoridades devem ser comunicadas fora da organização.

FIGURA 6 – DEMONSTRATIVO DO PLANO ESTRATÉGICOS E SUAS DEMAIS ETAPAS.



FONTE: A autora (2020).

Portanto, para seguir um gerenciamento de crises adequado e assim criar um manual sequenciado de estratégias, é necessário seguir etapas em toda a organização, sendo bem estruturada em todas as áreas, para assim driblar uma crise em potencial.

### **5.3. DESCRIÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS ENVOLVIDOS EM CADA ETAPA**

Conforme descrição das etapas no quadro 7, de etapas do processo, será necessário para elaboração do projeto consultores da área de gestão de crises, profissionais do setor de eventos, também incluiremos advogados que permeiam as etapas de todo o processo com embasamentos jurídicos, engenheiros por se tratar de espaços de eventos e também bombeiros. Em todo o processo nas empresas serão incluído os diretores executivos, gerentes de operações e todas as áreas que possam ser influenciadas, contando também com a área de segurança e proteção das organizações.

### **5.4. DESCRIÇÃO DO ORÇAMENTO E DOS DESEMBOLSOS POR ETAPA**

A partir da análise dos custos estimados e detalhados no quadro 7, foram apresentados os valores por hora de consultoria, sendo estabelecido para cada etapa a variante de valores, por se tratar de pontos de análise, consultoria e elaboração com níveis de dificuldade diversos. Seus custos incluem valores variáveis como luz, água, alimentação dos colaboradores, internet, depreciação dos equipamentos utilizados, entre outros.

### **5.5. AVALIAÇÃO DO RETORNO DO INVESTIMENTO**

O principal retorno do investimento do projeto se baseia, especialmente, nos prejuízos que o setor não terá com a definição de uma estratégia antecipada de possíveis crises. Ao contratar a equipe de gerenciamento de crise, os espaços tanto públicos quanto privados, estará investindo na qualidade de seus serviços, podendo atender as crises futuras com embasamento estrutural firme, um plano de riscos bem estruturado pode trazer as organizações benefícios que com uma crise trariam prejuízos exorbitante. Ou seja, o retorno não será financeiro, mas sim em prestação de serviços de qualidade, que podem trazer retornos para crises que possam ocorrer.

Além disso, os membros das organizações estarão aptos a aplicarem a metodologia deste manual, elaborando estratégias claras para cada setor, ações

rápidas aplicadas com eficiência podem trazer retornos no desenvolvimento econômico e social dos espaços de eventos. Com isso, sendo feito um plano estratégico de longo prazo, separado pelas diversas áreas e com as crises em potencial sendo pré estabelecidas, independente da troca de mão de obra, um pessoal capaz de lidar com as adversidades, a organização estaria amparada por diretrizes a serem seguidas.

A viabilidade deste projeto para as instituições públicas e privadas, se dá pelo fato deste manual de gerenciamento de crises, pode ser aplicado em qualquer instituição do setor do turismo, principalmente no segmento de eventos. Além desses fatores, possui padrão de material didático que não necessita alterações frequentes.

## **5.6 MANUAL DE GERENCIAMENTO DE CRISE - MODELO**

Este manual é um modelo de estruturação, para sequenciamento de possíveis crises dentro dos espaços de eventos. Poderá ser usado para verificação de etapas, e foi dividido de modo que fique de fácil entendimento, com apresentação do que é um gerenciamento de crises e comunicação estratégica, quais os espaços de eventos que possam vir a utilizar este manual como modelo, o que é crise e quais são suas etapas, nesta fase é possível analisar qual fase está sua organização ou crise.

Apresentamos o comitê de crises, que é essencial para evitar danos aos espaços, quais são seus representantes e áreas necessárias para as tomadas de decisões, como também descrevemos de forma simples as atividades do comitê de crise, quais os procedimentos a seguir perante uma crise e também quais os melhores meios de comunicação para inteirar o público sobre o que está acontecendo. Ao final apresentamos as possíveis crises que possam afetar os espaços, sendo eles de nível interno e externo, também descrevemos aceitáveis ações a serem tomadas frente a adversidade, para finalizar foi apresentado os contatos para emergência em Curitiba.

O formato escolhido foi em formato A4, uma vez que a proposta é de um manual prático com informações de forma simplificada e objetiva.



As páginas ganharam coloração em amarelo e preto, pois a cor amarela é empregada para indicar “cuidado” e preto foi usado como forma de “sinalização” (GUIA TRABALHISTA, 2020). A fonte escolhida foi a “Montserrat Classic”, de tamanhos diversos.

O manual de gerenciamento criado, encontra-se anexado a plataforma Flipping, onde poderá ser acessado no link <https://online.flippingbook.com/view/268476/> e também no APÊNDICE III.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho teve como objetivo mostrar os Impactos do coronavírus nos Espaços de Eventos de Curitiba e Região Metropolitana, tendo como foco principal do projeto final a formulação de um manual de gerenciamento de crises para os espaços de eventos. Tal manual serve para verificação de procedimentos e estratégias operacionais para se prevenir e reparar possíveis crises.

O processo para realização deste projeto iniciou-se com a busca de uma orientadora que apoia-se o tema inicial, sendo o mesmo a “Empregabilidade feminina nos Eventos de Curitiba”, após encontrar a Professora Juliana, que aceito a ideia, começamos a busca pelo marco teórico, porém em março de 2020 veio a pandemia, inviabilizando os estudos pois todos os eventos foram cancelados e a pesquisa não teria como ser aplicada. Depois de muitas averiguações, foi adotado ao projeto que interligava o momento vivido da doença COVID-19 e eventos, trazendo o tema “Os Impactos do COVID-19 nos espaços de eventos de Curitiba”, mudando ao final do projeto para “Os Impactos do COVID-19 nos espaços de eventos de Curitiba/ PR e o papel do gabinete de crise”

Assim, para desenvolvimento do projeto foi desenvolvida uma problemática de quais eram os impactos que o setor de eventos e especialmente os espaços de eventos da cidade de Curitiba, sofreram com a pandemia. Com a revisão teórica e a pesquisa de análise dos protocolos, percebeu-se não ser condizente com a realidade do turismo, pois indicava uma preocupação momentânea com a crise do COVID-19 e não com futuras crises.

Para o desenvolvimento do Projeto de Planejamento e Gestão do Turismo, o objetivo geral estabelecido foi propor um manual de gerenciamento de crises, pois

no avanço das pesquisas ficou evidenciado a necessidade de um manual de gestão de crises para o setor.

Assim, o primeiro objetivo específico, descrever historicamente a evolução das pandemias já vividas no decorrer dos anos em todo o mundo, foram escolhidas as maiores pandemias, apresentadas no capítulo 2.2, como a Gripe Espanhola que ocorreu em 1918 atingindo o Brasil, as gripes Asiática em 1957, de Hong Kong de 1968 a 1970 e a Suína que ocorreu em 2009.

Em seguida, o segundo objetivo específico foi discutir os impactos do COVID-19 no turismo e suas consequências para os espaços de eventos de Curitiba, foi abordado em todo o trabalho, mas especialmente na seção 2.3 “O COVID-19: a realidade de 2020”, sendo de grande valia para o estudo.

Para o terceiro objetivo específico, identificar as diretrizes sanitárias de adequação de espaços de eventos pós COVID-19, foi consolidado na pesquisa, apresentada no capítulo 4, com a análise dos protocolos sanitários identificados para o objeto da pesquisa, os espaços para eventos.

O quarto objetivo específico alcançado, foi realizar o projeto de criação de um manual de gerenciamento de crise, sendo voltado ao espaços de eventos, com o intuito de possuírem um embasamento teórico para auxiliá-los nas possíveis crises ou a fim de amparar tomadas de decisões. Com a proposta do projeto, será possível melhorar as estruturas organizacionais trazendo para a realidade as áreas de uma organização e suas possíveis falhas, podendo trazer benefícios a organização evitando danos econômicos e sociais.

Como limitações desse estudo, encontramos a dificuldade de realização da pesquisa em meio a pandemia do COVID-19, como possíveis entrevistas com os gestores dos espaços para eventos. Também foram encontrados obstáculos na pesquisa em livros, pois todas as bibliotecas estavam fechadas no período deste estudo e também na pouca demanda teórica existente online, por ser um tema novo e ainda pouco estudado. É necessário lembrar que o projeto não vem para solucionar os problemas existentes em meio a atividade, pois isso depende de vários fatores, mas vem com o intuito de ser uma ferramenta para auxiliar tomadas de decisões e assim, aprimorar o mercado de eventos.

## 7. REFERÊNCIAS

ABEOC, **Raio x das Empresas de Eventos no Brasil**. 2019. Disponível em: <https://abeoc.org.br/quem-somos/documentos/#rx>. Acesso em 26 de Maio

ABRAPP. **Manual de Gestão de Crise e Imagem**. ABRAPP, 2015. Disponível em: [http://www.abrapp.org.br/GuiasManuais/manual\\_gestao\\_criseeimagem.pdf](http://www.abrapp.org.br/GuiasManuais/manual_gestao_criseeimagem.pdf). Acesso em: 14 de novembro de 2020.

ANDIRIN, Cisil; MOITAL, Miguel; CARDOSO, Carla P. **O Falhas no serviço como crises organizacionais no turismo de negócios: origens e estratégias operacionais percebidas pelos profissionais de eventos**. Rev. Bras. Pesq. Tur. São Paulo, 11(3), pp. 480-502, set/dez. 2017. Disponível em: <https://rbtur.org/rbtur/article/view/1342>. Acesso em: 26 de novembro de 2020.

ACCOR. **Accor Hotels**. Disponível em: <https://all.accor.com/brasil/index.pt-br.shtml>. Acesso em: 7 de outubro de 2020.

**AGENCIA ESFERA**. 2020. Disponível em: <https://agenciaesfera.com.br/live/>. Acesso em: 25 de outubro de 2020.

ALFANI, Guido, MURPHY, Tommy E. **Epidemia de peste e letais no mundo pré-industrial**. "Plague and Lethal Epidemics in the Pre-Industrial World". The Journal of Economic History. Vol 77, Edição 1, 2017, pp. 314-343. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-economic-history/article/div-classtitleplague-and-lethal-epidemics-in-the-pre-industrial-worlddiv/1D2D564AD8560ABACAF9D81A65F27CED>. Acesso em 03 de maio de 2020.

ALVES, Valéria. **A indústria do turismo sobreviverá à crise do Covid-19? Abril de 2020**. Disponível em: <https://www.uninter.com/noticias/a-industria-do-turismo-sobrevivera-a-crise-do-covid-19>. Acesso em: 26 de maio de 2020.

ALVES, Victor. **Turismo de negócios cresce 14,7% no primeiro semestre do ano**. Ministério do Turismo, 2019. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12823-turismo-de-neg%C3%B3cios-cresce-14,7-no-primeiro-semester-do-ano.html#:~:text=Durante%20o%20primeiro%20semestre%20de,realizado%20com%20empres%C3%A1rios%20do%20setor>. Acesso em 23 de outubro de 2020.

AMARAL, Durval. **Gestão pública em tempos de crise**. Gazeta do Povo, 2017. Disponível em: <https://www.comunitas.org/gestao-publica-em-tempos-de-crise/>. Acesso em: 21 de maio de 2020.

AMARAL JUNIOR, J. B. C. **O Turismo na periferia do capitalismo: A revelação de um cartão postal**. 650 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2008. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/3904>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

ANDRADE, Renato B. **Manual de eventos**. 2ª edição. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

APSIS. **Entenda como o setor hoteleiro é afetado pela pandemia**. Apsis, 2020. Disponível em: <https://www.apsis.com.br/blog/artigos/entenda-como-o-setor-hoteleiro-e-afetado-pela-pandemia/>. Acesso em: 24 de outubro de 2020.

ARAUJO, Lindomar da S. **História do Teatro**. Disponível em: <https://www.infoescola.com/artes/historia-do-teatro/>. Acesso em: 22 de outubro de 2020.

ATZINGEN, Paulo. **Gestão de Riscos e Crises: um alerta e uma oportunidade para o turismo brasileiro**. Diário do Turismo. Disponível em: <https://diariodoturismo.com.br/gestao-de-riscos-e-criSES-uma-grande-oportunidade-para-o-turismo/>. Acesso em: 06 de agosto de 2020

BARCELOS, Alisson. Coluna Alisson Barcelos | **Os impactos da pandemia no setor de eventos no Brasil**. Acontecendo aqui, 2020. Disponível em: <https://acontecendoaqui.com.br/colunas/coluna-alisson-barcelos-os-impactos-da-pandemia-no-setor-de-eventos-no-brasil>. Acesso em: 25 de outubro de 2020.

BARRETTO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Coleção Turismo. Campinas: Papirus, 1999

BARRETO, Clara. **Coronavírus: tudo o que você precisa saber sobre a nova pandemia**. Portal Pebmed. Disponível em: <https://pebmed.com.br/coronavirus-tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-a-nova-pandemia/>. Acesso em: 29 de junho de 2020.

BBC NEWS. **Cinco epidemias que ajudaram a mudar o rumo da história**. [S.l] 2020a. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-51961141#:~:text=Muitas%20dessas%20mortes%20foram%20causadas,%2C%20di%20tifo%20e%20c%3B3lera>. Acesso em 01 de maio de 2020

BBC NEWS. **Coronavírus: o que podemos aprender com a gripe espanhola, pandemia que matou milhões há 100 anos**. 2020b. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-51824167>. Acesso em 03 de maio de 2020

BELLAGIO RESTAURANTE. Eventos. Disponível em: <http://restaurantebellagio.com.br/eventos-em-curitiba/>. Acesso em: 22 de outubro de 2020.

BEZERRA, Juliana. **Gripe Espanhola**. Toda Matéria. 2020. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/gripe-espanhola/>. Acesso em 02 de maio de 2020

BITTENCOURT, Paulo. **A história da Febre Amarela no Brasil**. Dimpna Neurologia. 2017. Disponível em: <http://www.dimpna.com/2017/01/16/a-historia-da-febre-amarela-no-brasil/>. Acesso em: 25 de julho de 2020.

BOADLE, Anthony. **Depois de varíola e malária, indígenas temem avanço do coronavírus no Brasil.** Reuters. 2020. Disponível em: <https://br.reuters.com/article/idBRKBN21C2EC-OB RTP>. Acesso em: 13 de maio de 2020.

BOURBON, **Atenção.** Comunicado COVID-19. 7 de outubro de 2020. Disponível em: <https://www.bourbon.com.br/covid19/>. Acesso em 7 de outubro de 2020.

BOURBON, **Responsabilidade Bourbon.** Manual de boas práticas. Disponível em: <https://www.bourbon.com.br/highlight-rio/responsabilidade-bourbon-manual-boas-praticas/>. Acesso em: 15 de agosto de 2020

BRITTO, Janaina, FONTES, Nena. **Estratégias para eventos:** uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

BUNDE, Mateus. **O método indutivo.** O inventor do método indutivo. 2020. Tudo Estudo. Disponível em: <https://www.todoestudo.com.br/historia/metodo-indutivo>. Acesso em: 03 de maio de 2020.

CAMARA dos deputados. **Governo utilizou 39% dos 404 bilhões liberados para o combate a pandemia.** 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/668816-governo-utilizou-39-dos-r-404-bilhoes-liberados-para-o-combate-a-pandemia/>. Acesso em: 24 de outubro de 2020.

CAMPOS, André, L. G. **Uso de Mapas Mentais como ferramenta de Gestão de projetos em áreas de consultoria de negócios e produtos.** IX SEGeT 2012, Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/59416792.pdf>. Acesso em: 16 de dezembro de 2020.

CANTON, Antônia M. **Evento, um potencializador de negócios.** Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas / Editores Alexandre Panosso Netto e Marília Gomes dos reis Ansarah. Barueri, SP, 2009.

CESCA, Cleuza G. G. **Organização de eventos: manual para planejamento e execução.** 9 ed. Ver e atual. São Paulo: Summus, 2008.

CHADE, Jamil. **Situação no Brasil é profundamente preocupante.** Notícias Uol, 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/colunas/jamil-chade/2020/06/05/oms-soa-alerta-situacao-no-brasil-e-regiao-e-profundamente-preocupante.htm>. Acesso em: 29 de junho de 2020.

CNC: **Turismo perdeu quase 50 mil estabelecimentos em seis meses de pandemia.** CNC, 2020. Disponível em: <http://www.cnc.org.br/editorias/economia/noticias/cnc-turismo-perdeu-quase-50-mil-estabelecimentos-em-seis-meses-de>. Acesso em 23 de outubro de 2020.

COELHO, Carlos. **Silêncio e prejuízo dos maiores teatros do Paraná retratam crise no setor de eventos.** Gazeta do Povo, 2020. Disponível em

<https://www.gazetadopovo.com.br/parana/maiores-teatros-parana-silencio-prejuizo-retrato-crise-setor-eventos/>. Acesso em: 23 de outubro de 2020.

COUDRIET, Carter. **Covid-19: saiba quais eventos foram cancelados até agora.** Forbes, 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/negocios/2020/03/covid-19-saiba-quais-eventos-foram-cancelados-ate-agora/>. Acesso em: 24 de outubro de 2020.

CURITIBA. **Boletins.** Disponível em: <http://www.saude.curitiba.pr.gov.br/12-vigilancia.html>. Acesso em: 15 de Agosto de 2020

**CURITIBA.** Disponível em <https://www.curitiba.pr.gov.br/>. Acesso em: 26 de maio de 2020.

CURITIBA. **Pesquisa de demanda turística de Curitiba.** Caracterização e dimensionamento do turismo em Curitiba. Instituto Municipal Curitiba turismo, 2018. Disponível em: <https://turismo.curitiba.pr.gov.br/conteudo/dados-e-estatisticas/1724>. Acesso em: 13 de novembro de 2020.

CURITIBA. **Protocolos.** Convention e Visitors Bureau 2020b. Disponível em: <http://www.curitibacvb.com.br/>. Acesso em: 15 de agosto de 2020.

CURITIBA. **Prefeitura vai disponibilizar 100 vagas em hotéis para profissionais da saúde.** Maio de 2020a. Disponível em: <https://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/prefeitura-vai-disponibilizar-100-vagas-em-hoteis-para-profissionais-da-saude/55982#:~:text=Prefeitura%20vai%20disponibilizar%20100%20vagas%20em%20hot%C3%A9is%20para%20profissionais%20da%20sa%C3%BAde,-15%2F05%2F2020&text=Os%20dois%20hot%C3%A9is%20ser%C3%A3o%20fechos,roupa%20de%20cama%20e%20estacionamento>. Acesso em: 26 de maio de 2020.

CURITIBA, Prevenção e controle **Decretos amparam medidas de combate ao coronavírus.** Março de 2020. Disponível em: <https://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/decretos-amparam-medidas-de-combate-ao-coronavirus/55390#:~:text=Por%20meio%20de%20decretos%20e,enfrentamento%20%C3%A0%20dissemina%C3%A7%C3%A3o%20do%20coronav%C3%ADrus>. Acesso em: 26 de março de 2020.

DOMINGOS, Lucas R. **Setor de eventos faz novo protesto, desta vez na BR-101.** Engeplus, 2020. Disponível em: <http://www.engeplus.com.br/noticia/geral/2020/setor-de-eventos-faz-novo-protesto-desta-vez-na-br-101>. Acesso em 05 de outubro de 2020.

Estado de Minas, Internacional. **O que significa pandemia, a nova definição do coronavírus.** 2020. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2020/03/11/interna\\_internacional,1127923/o-que-significa-pandemia-a-nova-definicao-do-coronavirus.shtml#:~:text=Mas%20o%20que%20isso%20significa,universaliza%C3%A7%C3%A3o%20da%20infec%C3%A7%C3%A3o%E2%80%9D%2C%20define](https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2020/03/11/interna_internacional,1127923/o-que-significa-pandemia-a-nova-definicao-do-coronavirus.shtml#:~:text=Mas%20o%20que%20isso%20significa,universaliza%C3%A7%C3%A3o%20da%20infec%C3%A7%C3%A3o%E2%80%9D%2C%20define). Acesso em: 13 de maio de 2020.

FACISC. **Manual de Gestão de crise**. Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina (FACISC). Disponível em: <https://www.facisc.org.br/wp-content/uploads/2020/03/Manual-de-Gest%C3%A3o-de-Crise-e-Imagem-FACISC.pdf>. Acesso em: 05 de outubro de 2020.

FEIBERGER, Zélia. **Organização e Planejamento de Eventos**. E-tec Brasil, 2010. Disponível em: <https://central3.to.gov.br/arquivo/453287/>. Acesso em: 22 de outubro de 2020.

FERNANDES, Diogo L. **O IMPACTO DOS PLANOS DIRETORES NA SATISFAÇÃO DE VISITANTES E VISITADOS E NA IMAGEM DO DESTINO TURÍSTICO CURITIBA**. Acervo digital UFPR, 2015. Disponível em: <https://www.acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/40391/R%20-%20T%20-%20DIOGO%20LUDERS%20FERNANDES.pdf?sequence=2&isAllowed=y>. Acesso em: 24 de novembro de 2020.

FGV. **RELATÓRIO SOBRE OS IMPACTOS ECONÔMICOS DA COVID-19 ECONOMIA CRIATIVA**. FGV, 2020. Disponível em: [https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/economiacriativa\\_formatacaosit e.pdf](https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/economiacriativa_formatacaosit e.pdf). Acesso em: 23 de outubro de 2020.

FGV. **Impactos Econômicos da COVID-19 Propostas para o Turismo**. 2020. Disponível em: [https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/02.covid19\\_impactoeconomico\\_turismo2\\_v07\\_fichacatalografica.pdf](https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/02.covid19_impactoeconomico_turismo2_v07_fichacatalografica.pdf). Acesso em: 24 de outubro de 2020.

FOHB. **Perspectivas de Desempenho da hotelaria**. Fórum de operadores hoteleiros do Brasil. Ed 6, 2018. Disponível em: <http://fohb.com.br/wp-content/uploads/2018/12/Ed.-6-Perspectivas-de-Desempenho-da-Hotelaria.pdf>. Acesso em: 24 de outubro de 2020.

FÓRUM Internacional de Turismo do Iguaçu. **A importância da gestão de crises para o turismo**: uma análise da crise de 2008. 12º Fórum Internacional de Turismo do Iguaçu. 2018. Foz do Iguaçu – Paraná – Brasil. Disponível em: <https://festivaldascataratas.com/forum-turismo/anais/2018/politicas-publicas/a-importancia-da-gestao-de-criises-para-o-turismo.pdf>. Acesso em: 06 de agosto de 2020.

FRANCO, ODAIR. **História da Febre Amarela no Brasil**. Ministério da Saúde. Rio de Janeiro, 1969. Disponível em: [http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/0110historia\\_febre.pdf](http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/0110historia_febre.pdf). Acesso em: 25 de julho de 2020.

FRANÇA, F. O.S. e BERTOLOZZI, M. R. **Pandemias: custo perverso da exclusão social**. Scientific American Brasil, São Paulo: Duetto, n. 14, p. 38-43, julho, 2003.

FRATUCCI, Aguinaldo. C. **A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo**: As políticas das redes regionais de turismo. 309 f. Tese (Doutorado em Geografia). Departamento de Geografia. Universidade Federal Fluminense. Niterói,

2008. Disponível em: [http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select\\_action=&co\\_obra=124216](http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=124216). Acesso em 15 de maio de 2020.

FREITAS, Fernando G. MAGNABOSCO, Ana L. BANDEIRA, Andrea C. **A PANDEMIA DO COVID-19 E SEUS IMPACTOS NA ECONOMIA MUNDIAL E BRASILEIRA**. CNS Confederação Nacional de Serviços, 2020. Disponível em: <http://www.cnservicos.org.br/wp-content/uploads/2020/03/Impactos-economicos-do-Covid-19-v11.pdf>. Acesso em: 24 de outubro de 2020.

FOZ DO IGUAÇU, Decreto nº 28.114, de 8 de maio de 2020. **Estabelece os protocolos de segurança sanitária para a retomada das atividades turísticas no Município de Foz do Iguaçu no enfrentamento da emergência em saúde pública de importância internacional decorrente da Pandemia do Novo Coronavírus - COVID-19, e dá outras providências.** Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/pr/f/foz-do-iguacu/decreto/2020/2834/28337/decreto-n-28337-2020-estabelece-os-protocolos-de-seguranca-sanitaria-para-a-retomada-das-atividades-turisticas-no-municipio-de-foz-do-iguacu-no-enfrentamento-da-emergencia-em-saude-publica-de-importancia-internacional-decorrente-da-pandemia-do-novo-coronavirus-covid-19-e-da-outras-providencias-2020-11-26-versao-compilada>. Acesso em: 16 de agosto de 2020

G1. **Turismo de negócios cresce em Curitiba e atrai 2,3 milhões de visitantes, diz prefeitura.** Paraná RPC, 2019. Disponível em: <https://glo.bo/37QcALa>. Acesso em: 23 de outubro de 2020.

G1. **Prefeitura de Curitiba libera limite de até 50% da capacidade de público para eventos, cinemas e teatros.** G1, Paraná RPC, 2020. Disponível em: <https://glo.bo/33YTZeY>. Acesso em: 13 de novembro de 2020.

GEORGE, Mark O. et al. **Rapid Response**. A pragmatic approach to maintaining supply chain resilience in times of uncertainty. Accenture, 2020. Disponível em: [https://www.accenture.com/\\_acnmedia/Thought-Leadership-Assets/PDF-2/Accenture-COVID19-Maintaining-Supply-Chain-Resilience-in-Times-of-Uncertainty.pdf](https://www.accenture.com/_acnmedia/Thought-Leadership-Assets/PDF-2/Accenture-COVID19-Maintaining-Supply-Chain-Resilience-in-Times-of-Uncertainty.pdf). Acesso em: 01 de agosto de 2020.

Glaesser, Dirk. **Gestão de crises na indústria do turismo**. 2 edição, Porto Alegre: Bookman, 2008.

GOOGLE. **Coronavírus COVID-19**. Evolução diária. Disponível em: [https://www.google.com/search?q=mortes+coronavirus+mundo+at%C3%A9+dezembro&rlz=1C1CHBD\\_pt-PTBR886BR886&oq=mortes+coronavirus+mundo+at%C3%A9+dezembro&aqs=chrome.69i57.10901j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=mortes+coronavirus+mundo+at%C3%A9+dezembro&rlz=1C1CHBD_pt-PTBR886BR886&oq=mortes+coronavirus+mundo+at%C3%A9+dezembro&aqs=chrome.69i57.10901j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8). Acesso em 06 de dezembro de 2020.

GOVERNO FEDERAL. **Nota informativa**. Impactos Econômicos da COVID-19. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/notas-informativas/2020/nota-impactos-economicos-da-covid-19.pdf>. Acesso em: 23 de outubro de 2020.



GRANT THORNTON. **Reestruturação hoteleira: os principais impactos e adequações pós-pandemia.** 2020. Disponível em: <https://www.grantthornton.com.br/insights/artigos-e-publicacoes/reestruturacao-hoteleira-os-principais-impactos-e-adequacoes-pos-pandemia/>. Acesso em 24 de outubro de 2020.

GRIPNET. **História das Pandemias desde o século XX.** Influenzanet. 2020. Disponível em: <http://www.gripenet.pt/pt/sobre-gripe/historia-da-gripe/pandemias/>. Acesso em 02 de maio de 2020

HARARI, Yuval N. **Na batalha contra o coronavírus, faltam líderes à humanidade.** Editora Schwarcz S.A, 15 de março de 2020.

GUIA TRABALHISTA. **OBJETIVO DAS CORES NO LOCAL DE TRABALHO COMO SINALIZAÇÃO DE SEGURANÇA.** Disponível em: [http://www.guiatrabalhista.com.br/tematicas/cores\\_segtrabalho.htm](http://www.guiatrabalhista.com.br/tematicas/cores_segtrabalho.htm). Acesso em: 08 de dezembro de 2020.

HOSPITALITY NET, **International Tourism Growth Continues To Outpace The Global Economy.** Janeiro de 2020. Disponível em: <https://www.hospitalitynet.org/news/4096576.html>. Acesso em: 22 de maio de 2020.

IAMARINO, Atila. **A Gripe Espanhola de 1918.** Nerdologia. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_gm66nW1Jek](https://www.youtube.com/watch?v=_gm66nW1Jek) Acesso em: 02 maio de 2020.

IGNARRA, Luiz R. **Fundamentos do Turismo.** 3º ed. ver. e ampl. Rio de Janeiro, editora Senac, 2013.

INSTITUTO MUNICIPAL CURITIBA TURISMO. **Turismo em Curitiba: Impactos da COVID-19.** Instituto Municipal Curitiba Turismo, 2020.

JORNAL DE PERNAMBUCO. **Profissionais do setor de eventos fazem protesto para pedir atenção do governo na pandemia.** Globo.com, 2020. Disponível em: <https://glo.bo/2Khx6vZ> Acesso em: 05 de outubro de 2020.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing.** São Paulo: Atlas, 1999.

KUHL, Nathalia. BRASILINO, Carlos E. **Pandemia do coronavírus atinge setor hoteleiro nacional como um “tsunami”.** Metrôpoles, 2020. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/economia-br/pandemia-do-coronavirus-atinge-setor-hoteleiro-nacional-como-um-tsunami> Acesso em: 24 de outubro de 2020.

LEPAN, Nicholas. **Visualizing the History of Pandemics. History of Pandemics.** Visual Capitalist. 2020. Disponível em: <https://www.visualcapitalist.com/history-of-pandemics-deadliest/>. Acesso em: 15 de maio de 2020

MARINGÁ. **Convention Bureau lança Manual de Conduta de Eventos para retomada em Maringá.** Visit Maringá, 2020. Disponível em:

[http://www.maringacvb.com.br/imprensa/exibe\\_salas\\_imprensa/9953/convention-bureau-lan-a-manual-de-conduta-de-eventos-para-retomada-em-maring-.html](http://www.maringacvb.com.br/imprensa/exibe_salas_imprensa/9953/convention-bureau-lan-a-manual-de-conduta-de-eventos-para-retomada-em-maring-.html)  
Acesso em: 16 de agosto de 2020.

MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, André. **Turismo doméstico será o primeiro a se recuperar, aponta pesquisa**. Ministério do Turismo. Maio de 2020. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/13504-turismo-dom%C3%A9stico-ser%C3%A1-o-primeiro-a-se-recuperar-ap%C3%B3s-pandemia,-aponta-pesquisa.html#:~:text=Turismo%20dom%C3%A9stico%20ser%C3%A1%20o%20primeiro%20a%20se%20recuperar%2C%20aponta%20pesquisa,-Estudo%20feito%20com&text=Destinos%20nacionais%20dever%C3%A3o%20ser%20os,restri%C3%A7%C3%B5es%20geradas%20pelo%20novo%20coronav%C3%A9rus>. Acesso em: 26 de maio de 2020.

MASETTO, Anderson. **EXCLUSIVO: maioria dos agentes de viagens espera retomada para setembro**. Mercado e Eventos e Cap Amazon, 2020. Disponível em: <https://www.mercadoeventos.com.br/noticias/agencias-e-operadoras/exclusivo-maioria-dos-agentes-de-viagens-espera-retomada-para-setembro/>. Acesso em: 05 de agosto de 2020

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos**. 3ª ed, Editora Manole, São Paulo, 2002.

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Marketing de eventos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Sprint, 1999. 233 p.

MEIRELLES, Domingos. **Em 1918, a gripe era uma piada**. Gripe Espanhola, que pode ter matado cerca de 50 mil pessoas no Brasil, era tratada com ironia pela imprensa carioca assim que chegou ao país *Diário de Pernambuco Impresso*. 2020. Disponível em: <http://www.impresso.diariodepernambuco.com.br/noticia/cadernos/brasil/2020/04/em-1918-a-gripe-era-uma-piada.html>. Acesso em 08 de maio de 2020

Ministério do Turismo. **Selo Turismo Responsável Segurança para o consumidor e Incentivo para o turismo brasileiro**. Gov.br, 2020. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/seloresponsavel/>. Acesso em: 15 de agosto de 2020

Ministério da Saúde. **Coronavírus**. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em: 13 de maio de 2020

MIZZIN, Fernanda. **O que você precisa saber sobre feiras e exposições**. Eventbrite blog, 2012. Disponível em: <https://www.eventbrite.com.br/blog/congressos-e-feiras/feiras-e-exposicoes-ds00/>. Acesso em: 22 de outubro de 2020.

MONACO, Juliana. **Saiba como a hotelaria está lidando com os impactos do Covid-19**. Panrotas, 2020. Disponível em:

[https://www.panrotas.com.br/hotelaria/mercado/2020/03/saiba-como-a-hotelaria-esta-lidando-com-os-impactos-do-covid-19\\_171942.html](https://www.panrotas.com.br/hotelaria/mercado/2020/03/saiba-como-a-hotelaria-esta-lidando-com-os-impactos-do-covid-19_171942.html). Acesso em: 24 de outubro de 2020.

MUSEU Oscar Niemeyer. **Um espaço de arte, cultura e arquitetura para valorizar o seu evento.** 2020. Disponível em: <https://www.museuoscarniemeyer.org.br/diasespeciais/faca-evento-mon>. Acesso em: 22 de outubro de 2020.

NERI, Luciane de F. **Eventos no Litoral do Paraná e o Problema da Sazonalidade.** Eventos: a importância para o turismo do terceiro milênio / Miguel Bahl, organizador, - São Paulo: Roca, 2003.

NOGUEIRA, Felipe V. **COVID-19 – O novo coronavírus no mundo** | Colunistas. SANARCON 2020. Disponível em: <https://www.sanarmed.com/covid-19-a-situacao-do-novo-corona-virus-ao-redor-do-mundo-colunistas>. Acesso em 29 de junho de 2020.

Netflix. **EXPLICANDO**, A próxima pandemia. 2019. Temporada 2, vídeo 4. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80216752>. Acesso em: 11 de maio de 2020.

NETFLIX. **O código Bill Gates.** Ano 2019. Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80184771>. Acesso em: 13 de maio de 2020.

OLIVEIRA, Ana L. M. **5 impactos sociais de longo prazo da pandemia.** Brasil Debate, 2020. Disponível em: <https://brasildebate.com.br/5-impactos-sociais-de-longo-prazo-da-pandemia/>. Acesso em: 7 de outubro de 2020.

OPAS BRASIL. **Folha informativa – COVID-19 (doença causada pelo novo coronavírus).** Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19#:~:text=%C3%89%20fundamental%20manter%20as%20medidas,lixo%20e%20lave%20as%20m%C3%A3os>). Acesso em 13 de maio de 2020.

Organização Pan-Americana da Saúde. **COVID-19: Materiais de comunicação.** OPAS Brasil, 2020. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/brasil>. Acesso em: 14 de agosto de 2020.

ORGAZ, Cristina J. **Antes do coronavírus: a esquecida gripe de Hong Kong, epidemia que matou mais de 1 milhão há 5 décadas.** BBC News Mundo 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52706385>. Acesso em 19 de maio de 2020.

PAIXÃO, A. et al. **Marketing de destinos turísticos: as ações realizadas pela Curitiba Região e Litoral Convention & Visitors Bureau (CCVB).** Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR, Penedo, vol. 6, n.2, p. 3-25-39, 2016. <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur>. Acesso em: 20 de novembro de 2020

PAIXÃO, D. L et al. **O papel dos *Convention & Visitors Bureaux* no marketing colaborativo de destinos: uma análise do Curitiba e região CVB.** *Revista Hospitalidade*. São Paulo, volume 17, n.03, p.25-49, 2020. De [https://www.researchgate.net/publication/344251950\\_O\\_papel\\_dos\\_convention\\_visitors\\_bureaux\\_no\\_marketing\\_colaborativo\\_de\\_destinos\\_uma\\_analise\\_do\\_Curitiba\\_e\\_regiao\\_CVB](https://www.researchgate.net/publication/344251950_O_papel_dos_convention_visitors_bureaux_no_marketing_colaborativo_de_destinos_uma_analise_do_Curitiba_e_regiao_CVB). Acesso em 20 de novembro de 2020.

PEÑA, Luciana. **Carreta promovida por empresários do setor de eventos cobra resposta de prefeito.** CBN Maringá, 2020. Disponível em: <https://www.cbnmaringa.com.br/noticia/carreata-promovida-por-empresarios-do-setor-de-eventos-pede-resposta-do-prefeito>. Acesso em 05 de outubro de 2020.

PEREIRA, Lucas. **Empresários e trabalhadores de eventos protestam por retomada de atividades.** Teresina Diário, 2020. Disponível em: <http://www.teresinadiario.com/noticia/30219/empresarios-e-trabalhadores-de-eventos-protestam-por-retomada-de-atividades.html>. Acesso em 05 de outubro de 2020.

PETERSON, Cabulocc. **Estudo geral das Etimologias das Palavras do Português corrente.** Luanda, 15 de setembro de 2013. Acesso em: 13 de maio de 2020.

PLAZA HOTÉIS. **Procedimentos de segurança contra o covid-19.** Rede Plaza de hotéis, 2020. Disponível em: <https://www.plazahoteis.com.br/pt-br/> Acesso em: 15 de agosto de 2020.

RODRIGUES, Eli. **Gestão de projetos na prática.** 2013. Disponível em: <http://www.elirodrigues.com/2013/09/28/mapas-mentais-do-pmbok-v5/>. Acesso em: 16 de dezembro de 2020.

RUTHERFORD, Denney G. Hotel: **Gerenciamento e Operações.** 2º ed. São Paulo: Roca, 2004.

SCHMIDT, Flávio. **Gestão de Crises e Gestão de Riscos.** Você sabe qual é a diferença? Trama comunicação, 2019. Disponível em: <https://www.tramaweb.com.br/diferenca-entre-gestao-de-criises-e-gestao-de-riscos/>. Acesso em: 22 de maio de 2020.

SEBRAE. **Pesquisa setor eventos.** Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/asn/Estados/NA/Anexos/PESQUISA%20SETOR%20DE%20EVENTOS.pdf>. Acesso em 13 de novembro de 2020.

SEBRAE. **Entenda o impacto da pandemia no setor de eventos.** Sebrae, 2020. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/asn/Estados/NA/Anexos/PESQUISA%20SETOR%20DE%20EVENTOS.pdf>. Acesso em: 06 de novembro de 2020.

SENHORAS, Eloi M. **CORONAVÍRUS E O PAPEL DAS PANDEMIAS NA HISTÓRIA HUMANA.** Ano II | Volume 1 | Nº 1| Boa Vista | 2020. Disponível em: <https://revista.ufrr.br/boca/article/view/Eloi>. Acesso em 02 de maio de 2020.

SHUELER, Paulo. **Varíola - 40 anos do certificado de erradicação**. Fundação Oswaldo Cruz. 2019. Disponível em: <https://www.bio.fiocruz.br/index.php/br/noticias/1709-variola-40-anos-do-certificado-de-erradicacao>. Acesso em 15 de maio de 2020.

SILVA, Antônio J. H. **Metodologia de pesquisa: conceitos gerais**. Unicentro Paraná, 2014. Disponível em: <http://repositorio.unicentro.br:8080/jspui/handle/123456789/841>. Acesso em: 08 de agosto de 2020.

SILVA, Deonísio da. **De Onde Vêm as Palavras: Origens e Curiosidades da Língua Portuguesa**. 16.ed. rev. e ampl. Osasco, SP: Novo Século, 2009.

SILVA, Vera A. C. **Políticas compensatórias**. Gestrado, UFMG, 2020. Disponível em: <https://gestrado.net.br/verbetes/politicas-compensat-rias/>. Acesso em 24 de outubro de 2020.

SKRABA, Fabio. **Passeata reúne 200 profissionais que pedem reabertura no setor de eventos**. RICMAIS, 2020. Disponível em: <https://ricmais.com.br/videos/balanco-geral-curitiba/passeata-reune-200-profissionais-que-pedem-reabertura-no-setor-de-eventos/>. Acesso em: 23 de outubro de 2020.

SOUZA, N. J. **Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Atlas, 2000.

TENAN, Ilka P. S. **Eventos**. 2º edição. São Paulo: Aleph, 2002.

TEODORO, Viviane. **As maiores pandemias da história**. A história da humanidade já enfrentou diversas pandemias que chegaram a matar milhares de pessoas em todo o mundo. Escola Educação. Disponível em: <https://escolaeducacao.com.br/as-maiores-pandemias-da-historia/>. Acesso em: 13 de maio de 2020

TRVL LAB. **Pulso Turismo e COVID-19**. 3º edição 2020. Disponível em: <https://panrotasstoragenews.blob.core.windows.net/conteudo/TravelLab/TRVL%20Lab%20-%20Pulso%20Covid%203a.%20Jul%202020.pdf>. Acesso em: 02 de agosto de 2020.

Toda Matéria. **9 maiores pandemias da história da humanidade**. 2020 Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/maiores-pandemias-da-historia/>. Acesso em 02 de maio de 2020

UNWTO. **LA OMT CONVOCA UN COMITÉ MUNDIAL DE CRISIS PARA EL TURISMO**. Organización Mundial Del Turismo. 2020 Disponível em: <https://www.unwto.org/es/omt-convo-ca-un-comite-mundial-de-crisis-para-el-turismo>. Acesso em: 09 de agosto de 2020.

VASCONCELOS, Pedro F. C. **Febre Amarela**. Rev. Soc. Bras. Med. Trop. vol.36 no.2 Uberaba Mar./Apr. 2003. Disponível em:

[https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0037-86822003000200012&lng=pt&tlng=pt](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0037-86822003000200012&lng=pt&tlng=pt). Acesso em: 25 de julho de 2020.

VEAL, A. J. **Metodologia de Pesquisa em Lazer e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2011

VICTOR RESTAURANTE. Eventos. Disponível em: <https://restaurantesvictor.com.br/eventos/>. Acesso em 22 de outubro de 2020.

VIDA DE COWORKING. Saiba como organizar eventos em coworking. **Vida de coworking**, 2017. Disponível em: <https://vidadecoworking.com/eventos-em-coworking/>. Acesso em 22 de outubro de 2020.

VIERA, Elenara V, CANDIDO, Índio. **Recepcionista de eventos**: organização e técnicas para eventos. Caxias do Sul, EDUCS, 2002.

Worldometers **COVID-19 CORONAVÍRUS PANDEMIC**. 2020. Disponível em: <https://www.worldometers.info/coronavirus/>. Acesso em 03 de maio de 2020

WTTC, World Travel e Tourism Council. **'Safe Travels': Global Protocols & Stamp for the New Normal**. Disponível em: <https://wttc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp>. Acesso em: 14 de agosto de 2020

## APÊNDICE I - QUADRO DOS ESPAÇOS DE EVENTOS EM CURITIBA E REGIÃO METROPOLITANA

QUADRO 8 – QUADRO DE MEDIDAS DOS ESPAÇOS DE EVENTOS DE CURITIBA E REGIÃO METROPOLITANA

Nome		Área Total m²	Cap. Total (Pessoas)	Área Exposição		Nº de Salas	Capacidade Maior Sala		
				m²	Pé Direito		m²	Capacidade Auditório	Banquete
Centro de Convenções									
1	Centro de Eventos FIEP	80.000	2.456	4.200	3,9 e 12	7		792	800
2	Espaços Torres	1.250	3.231	1.024	5,5	2	1.029	1.350	900
3	Expo Unimed Curitiba	8.617	6.000	3.780	7	20	2.025	2.000	3.000
4	Expotrade Convention Center	34.000	7.000	23.000	8	19	3.600	7.000	1.200
Espaços para Exposições - Feiras									
1	Centro de Eventos FIEP	80.000	2.456	4.200	3,9 e 12	7		792	800
2	Estação Eventos	1.240	1.000	1.000	5	4	652	900	600
3	Expo Barigui	7.500	7.000	5.000	10	1	5000	7000	4.500
4	Expo Unimed Curitiba	8.617	6.000	3.780	7	20	2025	2000	3.000
5	Expotrade Convention Center	34.000	7.000	23.000	8	19	3600	7000	1.200
6	Marumby Expo Center	12.000	6.000	6.000	10	4	5800	5000	X
Clubes									
1	3 Marias	80.000	1.000	5.000	8	6	1.500	1.000	1.200
2	Curitibanos	3.065	1.930	X	X	4	1.800	1.200	1.200
3	Curitibanos (Sede Concórdia)	681	800	X	X	4	462	700	500
4	Jockey Club do Paraná	10.000	5.000	3.000	X	X	X	300	300
5	Sociedade Morgenau	957,49	1.160	X	X	2	737,49	1.000	350
6	Sociedade Garibaldi   Palácio Garibaldi	292,5	400	X	X	1	292,5	400	300
Espaços desportivos									
1	Escoestádio Janguito Malucelli	20.000	6.000	X	X	X	X	X	X
2	Estádio Durival Britto e Silva	58.000	17.000	X	X	X	X	X	X
3	Estádio Joaquim Américo	65.000	43.000	X	X	X	X	X	X

4	Estádio Major Antônio Couto Pereira	36.300	40.502	X	X	X	X	X	X
<b>Espaços de eventos</b>									
1	Castelo do Batel Eventos	7.000	2.000	2.000	5,6	8	1.005	1.000	800
2	Chácara do Lago	20.000	320	X	X	1	671		320
3	Encontro da Amazônia	850	250	252	4	7	230	250	160
4	Espaço Central Hall	720	470	X	X	1	720	X	320
5	Espaço Klaine	25.000	400	X	X	1	400	400	500
6	Espaço Marmo Empresarial	60	37	X	X	1	60	37	X
7	Espaço Nova Curitiba	6.000	1.000	1.500	4	4	600	1.000	500
8	Espaço Thá	334	300	X	X	2	X	300	200
9	Mercado Municipal de Curitiba		214	X	X	2		174	X
10	Novo Paraná Clube	4.010	3.980	1.972	5,5	4	1.629	3.000	1.500
11	Park Cultural	2.400	4.200	2.400	5,6	1	2.400	4.200	X
12	Pátio Paiol Eventos	6.000	750	900	2,8	1	750	750	X
13	Spazio Van	1.000	4.153	1.000	18	1	1.000	3.000	1.700
14	Operativa Working Center	2.000	500	1.500	5	17	400	400	300
15	Taboo Eventos	1.250	800	1.250	5	2	700	400	600
16	Villa Augusta Eventos	277	567	X	X	1	277	X	300
<b>Coworking</b>									
1	CWBE Coworking		50	X	X	1		50	50
2	Impact Hub Curitiba	300	205	X	X	4	130	120	120
3	Nex Coworking	1.680,11	284	X	X	3		60	X
4	Opera Coworking	280	120	X	X	3	50	50	20
5	O Penal Creative Coworking	100,34	96	X	X	6	29,35	35	X
6	Villa Coworking	400	90	X	X	3	100	50	50
<b>Hotéis</b>									
1	Alta Reggia	549	510	X	X	8	166	200	180
2	Bourbon Curitiba Convention	761	1.000	X	X	9	285	400	291
3	Bristol Brasil 500	112	100	X	X	1	112	100	40



4	Bristol Centro Cívico	126	130	X	X	2	82	100	X
5	Bristol Portal do Iguaçu	315	340	X	X	2	176	210	90
6	Bristol Upper	200	100	X	X	1	200	100	30
7	Caravelle Palace Hotel	520	550	X	X	7	170	300	60
8	Condor		200	X	X	7		200	96
9	Confiance Batel	30	30	X	X	1	30	30	15
10	Confiance Centro Cívico	137	160	X	X	1	137	160	X
11	Curitiba Palace Slim	46,2	50	X	X	1	46,2	50	X
12	Dan Inn Curitiba	211,5	618	X	X	4	100	100	100
13	Del Rey	250	300	X	X	2	150	180	100
14	Deville Business Curitiba	274	300	X	X	4	160	200	120
15	Dunamys	233,45	110	X	X	1	233,45	110	X
16	Duomo Park Hotel	59,36	50	X	X	1	59,36	50	X
17	Estação express	523	440	241	4	5	241	300	180
18	Four Points By Sheraton	748,5	770	411	5,2	14	411,6	520	220
19	Go Inn Curitiba	30	25	X	X	1	30	25	15
20	Granville Park Hotel	274	290	X	X	4	98	100	
21	Hara Palace Hotel	700	700	X	X	3	450	500	250
22	Harbor Hotel Batel	250	150	101	3,25	4	74	90	100
23	Blue Tree Towers Saint Michel Curitiba	154	100	X	X	2	117	100	40
24	Harbor Selfie Saint Emilion	152	160	X	X	2	92	110	70
25	Aladdin	156	172	X	X	4	86	100	100
26	Centro Europeu Tourist		225	X	X	3		120	80
27	Itamaraty	185	130	X	X	2	120	90	X
28	Lancaster	408	370	X	X	3	180	200	70
29	Lira	50	110	50	2,35	2	50	55	25
30	Lizon	328	581	325	4	4	200	280	170
31	San Juan Executive	250	255	X	X	3	83	85	85
32	Savoy	145	140	X	X	2	105	100	100

33	Ibis Centro Cívico	135	95	X	X	2	60	45	X
34	Intercity Curitiba	157,62	160	X	X	4	67,62	70	X
35	Mabu Curitiba Business	1.000	600	X	X	6	240	280	130
36	Mabu Curitiba Express	679	600	X	X	11	210	300	300
37	Master Express Curitiba	280	80	X	X	4	134	100	40
38	Mercure Curitiba Batel	204	170	X	X	3	94	90	40
39	Mercure Curitiba Golden	60	50	X	X	1	60	50	20
40	Mercure Curitiba Sete de Setembro	175	190	X	X	4	80	90	40
41	Nacional Inn Curitiba	649	774	147	2,9	12	147	200	100
42	Nacional Inn Torres Curitiba	638	585	X	X	5	222	300	200
43	Nikko	250	270	X	X	3	145	200	130
44	NH Curitiba The Five	600	322	484	3	6	250	300	220
45	Nomaa Hotel	34	35	X	X	1	34	35	35
46	Pestana Curitiba	700	980	X	X	10	380	450	250
47	Pousada Betânia Curitiba	3.872,46	310	X	X	6		90	80
48	Quality Hotel Curitiba	197	225	X	X	5	124	150	60
49	Radisson Curitiba	578,8	585	X	X	6	360	400	250
50	CWB Express Curitiba	172	120	X	X	4	77	60	X
51	Rio Hotel by Bourbon Curitiba Batel	34,45	32	X	X	1	34,45	32	20
52	Rochelle Corporate Hotel	255	250	20	2,35	2	120	120	80
53	San Juan Executive	250	255	X	X	3	83	85	85
54	San Juan Royal	122,6	115	X	X	2	82,6	90	40
55	San Martin Hotel	151,1	155	X	X	3	75,4	90	70
56	Slaviero Conceptual Full Jazz	382	190	X	X	3	135	120	35
57	Slaviero Conceptual Palace	71,5	48	X	X	1	71,5	48	30
58	Slaviero Conceptual Rockefeller	327,8	290	X	X	5	172,8	170	64
59	Slaviero Executive Curitiba	53,8	70	X	X	2	37,41	60	40
60	Slaviero Slim Curitiba Alto da XV	144,3	145	X	X	2	81	80	40
61	Slaviero Slim Curitiba Avenida das Torres	120	100	X	X	1	120	100	40



1	Avenida Paulista Pizzeria	X	230	X	X	1	X	180	140
2	Cascatinha		250	X	X			X	180
3	Chalet Suisse	200	180	X	X	1	200	X	180
4	Coco Bambu	1.500	510	X	X	6		200	150
5	Dom Antonio	4.800	1.200	3.000	3,2	5	700	500	650
6	Hard Rock Café	2.020	1.091	600	X	4	540	550	550
7	Madalosso	7.670	4.000	X	X	8	575	1000	550
8	Maggiore	812	430	X	X	2	594	250	380
9	Porta Romana	500	300	X	X	1	500	X	300
10	Ristorante Siciliano	675	920	X	X	3	675	X	500
11	Tartine		180	X	X	3		X	180
12	Terrazza 40	480		X	X	2	20		
13	Tuna	250	85	150	5	2		X	85
14	Verona		400	X	X				400

FONTE: Adaptado do documento Matriz de Eventos Curitiba 2017/2018

Possuímos em Curitiba tamanhos de teatros que suprem a demanda de eventos, como convenções, eventos musicais e também sociais, abaixo descrevemos alguns dos locais presentes na cidade.

QUADRO 9 - QUADRO DE MEDIDAS DOS TEATROS PRESENTES EM CURITIBA

Nome		Nº de Salas	Área Total m²	Cap. Total (Pessoas)	Boca de cena (m)	Camarins	Área Exposição		Capacidade Maior Sala			Área de Palco (m)		
							m²	Pé Direito	m²	Capacidade Auditório	Banquete	Largura	Profundidade	Urdimento
Teatros														
1	Canal da Música	5	560	1.057	22,9	4	200	6	440	850	X	22,9	11,1	
2	Centro de Criatividade de Curitiba   Teatro Cleon Jacques	1	2.400	100		1	100	8	X	100	X			
3	Memorial de Curitiba   Teatro Londrina	1	5.000	144	8,4	1	1.300			144	X	9	6	
4	Memorial de Curitiba   Praça Iguazu	1		900 (em pé)	X				600	X				
5	Pedreira Paulo Leminski	1	15.000	25.000	18	4	X	X	15.000	X	X	18	21	12
6	Portão Cultural   Auditório Antônio Carlos Kraide	1		184						184	X			
7	Shopping Novo Batel Teatro   Teatro Fernanda Montenegro	3		996	12	3				551	X		8,5	5,25
8	Shopping Novo Batel Teatro   Teatro Paulo Autran				9,5	3				345	X	9	6	5,65
9	Shopping Novo Batel Teatro   Teatro João Fiani				4,8					100	X		5	
10	Teatro Barracão EnCena	7	630	180			80	4	162	180	100			
11	Teatro Bom Jesus	1	153	658	12,5	3	X	X	153	658	X	18	5	9
12	Teatro Cultura	1	X	90			X	X	X	90	X			

13	Teatro da reitoria – UFPR	1		700	12	4	X	X		700	X	17	10	8,3
14	Teatro Guaíra   Auditório Bento Munhoz da Rocha Netto – Guairão	3	17.608	2.763	16x7,5 alt	6	429	3,7	1.981	2.163		54	19	23,5
15	Teatro Guaíra   Auditório Salvador de Ferrante – Guairinha				10x6	6				504	500	17,75	12,1	16
16	Teatro Guaíra   Auditório Glauco Flores de Sá Brito – Mini – Guaíra				5,22x3,03	6				104		8,42	4	X
17	Teatro José Maria Santos	1		177		2	X	X		177	X	8,5	9	
18	Teatro Lala	3		316			X	X		176	X	45 m²		
19	Teatro Novelas Curitiba	10		70	1	4,3	X	X		70	X	10	70	X
20	Teatro ópera de Arame	1	4.000	1.648	21	2	X	X	X	1.648	X	18	18	6
21	Teatro Positivo   Grande Auditório	2		3.114	18	5	X	X		2.400	X		17	
22	Teatro Positivo   Pequeno Auditório				13	2	X	X		714	X	18	9,4	
23	Teatro Paiol	1	25	224			X	X	X	224	X			
24	Teatro Regina Vogue	1	600	331	8,5x8	3	150	15	600	331	X	12,5	9,5	13
25	Teatro Rodrigo D'Oliveira	4	400	120			50	7	120	120	X			
26	Teatro Universitário de Curitiba – TUC	1	90	80			X	X	80	80	X			
27	TUCA – Teatro universitário PUC/PR	1		500	12	4	X	X		500	X	16	4,5	

Fonte: Adaptado de Matriz de Espaços para Eventos 2017/2018

## APÊNDICE II - TIPOS DE ESPAÇOS DE EVENTOS EM CURITIBA

TIPO	EXEMPLO
<b>Centro de Convenções</b>	Centro de Eventos FIEP Espaços Torres Expo Unimed Curitiba Expotrade Convention Center
<b>Espaços para Exposições - Feiras</b>	Centro de Eventos FIEP Estação Eventos Expo Barigui Expo Unimed Curitiba Expotrade Convention Center Marumby Expo Center
<b>Clubes</b>	3 Marias Curitibanos Curitibanos (Sede Concórdia) Jockey Club do Paraná Sociedade Morgenau Sociedade Garibaldi   Palácio Garibaldi
<b>Espaços desportivos</b>	Escoestádio Janguito Malucelli Estádio Durival Britto e Silva Estádio Joaquim Américo Estádio Major Antônio Couto Pereira
<b>Espaços de eventos</b>	Castelo do Batel Eventos Chácara do Lago Encontro da Amazônia Espaço Central Hall Espaço Klaine Espaço Marmo Empresarial Espaço Nova Curitiba Espaço Thá Mercado Municipal de Curitiba Novo Paraná Clube Park Cultural Pátio Paiol Eventos Spazio Van Operative Working Center Taboo Eventos Villa Augusta Eventos
<b>Coworking</b>	CWBE Coworking Impact Hub Curitiba Nex Coworking Opera Coworking O Penal Creative Coworking Villa Coworking
<b>Hotéis</b>	Alta Reggia Bourbon Curitiba Convention Bristol Brasil 500 Bristol Centro Cívico Bristol Portal do Iguaçu Bristol Upper Caravelle Palace Hotel Condor Confiance Batel Confiance Centro Cívico Curitiba Palace Slim Dan Inn Curitiba Del Rey

	Deville Business Curitiba Dunamys Duomo Park Hotel Estação express Four Points By Sheraton Go Inn Curitiba Granville Park Hotel Hara Palace Hotel Harbor Hotel Batel Blue Tree Towers Saint Michel Curitiba Harbor Selfie Saint Emilion Aladdin Centro Europeu Tourist Itamaraty Lancaster Lira Lizon San Juan Executive Savoy Ibis Centro Cívico Intercity Curitiba Mabu Curitiba Business Mabu Curitiba Express Master Express Curitiba Mercure Curitiba Batel Mercure Curitiba Golden Mercure Curitiba Sete de Setembro Nacional Inn Curitiba Nacional Inn Torres Curitiba Nikko NH Curitiba The Five Nomaa Hotel Pestana Curitiba Pousada Betânia Curitiba Quality Hotel Curitiba Radisson Curitiba CWB Express Curitiba Rio Hotel by Bourbon Curitiba Batel Rochelle Corporate Hotel San Juan Executive San Juan Royal San Martin Hotel Slaviero Conceptual Full Jazz Slaviero Conceptual Palace Slaviero Conceptual Rockefeller Slaviero Executive Curitiba Slaviero Slim Curitiba Alto da XV Slaviero Slim Curitiba Avenida das Torres Slaviero Slim Curitiba Centro Slaviero Suítes Curitiba Batel Terrazas Park Hotel Transamérica Prime Tuliip Inn Batel Tulip Inn Santa Felicidade Vernon Victoria Villa Villagio Requite
<b>Associações/ Empresas/ Entidades/ Federações/ Instituições de ensino</b>	AECIC – Associação das Empresas da Cidade Industrial de Curitiba AMP – Associação Médica do Paraná



	<p>Complexo IMAP Barigui  Conselho Regional de Medicina do Paraná  Curitiba Trade Center  FAE Business School  FEP – Federação Espírita do Paraná  FESP – Faculdade de Estudos Sociais do Paraná  Neo Corporate  PUC-PR  URCI – Universidade Rose Croix  Auditório H. Spencer Lewis</p>
<b>Museus/ Espaços Culturais</b>	<p>Capela Santa Maria Espaço Cultural  Museu Oscar Niemeyer  Solar do Rosário</p>
<b>Restaurantes</b>	<p>Avenida Paulista Pizzeria  Cascatinha  Chalet Suisse  Coco Bambu  Dom Antonio  Hard Rock Café  Madalosso  Maggiore  Porta Romana  Ristorante Siciliano  Tartine  Terrazza 40  Tuna  Verona</p>
<b>Teatros</b>	<p>Canal da Música  Centro de Criatividade de Curitiba   Teatro Cleon Jacques  Memorial de Curitiba   Teatro Londrina  Memorial de Curitiba   Praça Iguazu  Pedreira Paulo Leminski  Portão Cultural   Auditório Antônio Carlos Kraide  Shopping Novo Batel Teatro   Teatro Fernanda Montenegro  Shopping Novo Batel Teatro   Teatro Paulo Autran  Shopping Novo Batel Teatro   Teatro João Fiani  Teatro Barracão EnCena  Teatro Bom Jesus  Teatro Cultura  Teatro da reitoria – UFPR  Teatro Guaíra   Auditório Bento Munhoz da Rocha Netto – Guairão  Teatro Guaíra   Auditório Salvador de Ferrante – Guairinha  Teatro Guaíra   Auditório Glauco Flores de Sá Brito – Mini – Guaíra  Teatro José Maria Santos  Teatro Lala  Teatro Novelas Curitiba  Teatro ópera de Arame  Teatro Positivo   Grande Auditório  Teatro Positivo   Pequeno Auditório  Teatro Paiol  Teatro Regina Vogue  Teatro Rodrigo D'Oliveira  Teatro Universitário de Curitiba – TUC  TUCA – Teatro universitário PUC/PR</p>

Fonte: Adaptado da Matriz de Espaços para Eventos 2017/2018 da Prefeitura de Curitiba.

## APÊNDICE III – MANUAL DE GERENCIAMENTO DE CRISE PARA OS ESPAÇOS DE EVENTOS



# MANUAL DE GERENCIAMENTO DE CRISE PARA OS ESPAÇOS DE EVENTOS

PROJETO DE PLANEJAMENTO E GESTÃO DO TURISMO  
CRIADO POR: DÓRIS FERNANDA DE CONTO - BACHAREL EM TURISMO - UFPR



DÓRIS FERNANDA DE CONTO  
BACHAREL EM TURISMO - UFPR

**ESTE MANUAL É FRUTO DO PROJETO DE PLANEJAMENTO E  
GESTÃO DO TURISMO, DO CURSO DE TURISMO DA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ, REALIZADO PELA  
ACADEMICA DÓRIS FERNANDA DE CONTO.**

**SUMÁRIO:**

- |          |   |           |                                      |
|----------|---|-----------|--------------------------------------|
| <b>4</b> | <b>APRESENTAÇÃO</b>                                 | <b>10</b> | <b>COMITÊ DE CRISE</b>               |
| <b>5</b> | <b>LOCAIS A SEREM APLICADOS</b>                     | <b>11</b> | <b>ATUAÇÃO DO COMITÊ DE CRISE</b>    |
| <b>6</b> | <b>CONCEITUAÇÃO DE CRISE E PRINCIPAIS CONCEITOS</b> | <b>12</b> | <b>MAPA MENTAL DA CRISE</b>          |
| <b>7</b> | <b>CRISE</b>  | <b>13</b> | <b>COMUNICAÇÃO</b>                   |
| <b>8</b> | <b>ETAPAS DA CRISE</b>                              | <b>14</b> | <b>AÇÕES PARA ESPAÇOS DE EVENTOS</b> |
| <b>9</b> | <b>IDENTIFICAÇÃO DE EVENTUAIS CRISES</b>            | <b>16</b> | <b>CONTATOS PARA EMERGÊNCIA</b>      |
|          |   | <b>17</b> | <b>PENSAMENTOS FINAIS</b>            |

## APRESENTAÇÃO:

Este manual de gerenciamento de crises para espaços de eventos, se propõe a ser um guia de referência, e tem por objetivo orientar as entidades a lidar com eventuais focos de crise e/ou com a crise instalada.

A reputação de uma organização é seu grande patrimônio, e em situações de crise a imagem pode ser comprometida negativamente, uma vez que todos os setores se desestabilizam.

Todas as empresas ou instituições estão sujeitas a viver uma crise de imagem. Porém, a forma como passam pelo momento de crise com um posicionamento pré definido por parte da instituição, evita que circule apenas uma versão dos fatos.

Um plano de gerenciamento de crises para os espaços de eventos pode fazer toda a diferença, permitindo reverter um problema, prejudicando o mínimo possível ou saindo ileso de uma crise.

Por esta razão, elaborou-se o presente manual de gestão de crise, como forma de auxiliar e prevenir organizações de possíveis prejuízos futuros,

## COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

Ter uma atitude preventiva, mapear as dificuldades que poderão surgir e definir soluções, quando não se está sob pressão é o caminho para mitigar possíveis crises. Também é importante lidar com o problema de forma prática e objetiva, por isso é muito mais fácil se houver um planejamento.





## LOCAIS A SEREM APLICADOS

### **ESPAÇOS DE EVENTOS:**

Baseado no conceito que todos os locais possam se tornar um espaço de eventos, trazemos alguns tipos de espaços para melhor definição.

- Centros de convenções;
- Espaços para exposições e feiras;
- Hotéis;
- Restaurantes;
- Teatros;
- Clubes;
- Espaços desportivos.

# CONCEITUAÇÃO DE CRISE E PRINCIPAIS CONCEITOS

## CONCEITUAÇÃO

A crise é uma mudança brusca sobre algum aspecto. Toda vez que algo transcorre com normalidade e sem alterações, fala-se de estabilidade. Já quando uma situação estável incorpora uma mudança significativa de índole negativa, costuma-se dizer que há uma crise.

A ideia de crise é aplicada em qualquer contexto humano no qual ocorre algo imprevisto, negativo ou grave. Quando surge o elemento ou fator novidade, interrompe-se o equilíbrio e consequentemente vem a crise.

## PRINCIPAIS CONCEITOS:

**CRISE:** situação caracterizada pela ocorrência de um evento ou série de eventos que culminam no rompimento significativo das operações normais, podendo gerar consequências graves à imagem da FCE, demandando medidas extraordinárias para recuperar a ordem, incluindo a instauração do comitê de crise.

**PLANO DE GERENCIAMENTO DE CRISE:** plano que visa estabelecer procedimentos e protocolos a serem adotados pelos espaços de eventos, quando em situação de crise ou de ameaça de crise.

**COMITÊ DE CRISE:** comitê instaurado em situações de crise ou de ameaça de crise, com o objetivo principal de coordenar o monitoramento e a resposta à situação de crise.

**MANUAL DE GERENCIAMENTO DE CRISE OU PROTOCOLO DE ATUAÇÃO EM CRISE:** documento que retrata as ações a serem adotadas quando instaurado o cenário de crise.

# CRISE

## GESTÃO DE CRISE NOS ESPAÇOS DE EVENTOS:

Crises ocorrem nos espaços de eventos, independentemente de seu tamanho e acabam invariavelmente colocando a prova a reputação e a sobrevivência da organização. Quando se tem um mau gerenciamento da crise, muito dificilmente uma organização sairá ilesa e qualquer falha nessa comunicação pode gerar novas crises ou destruir a imagem da entidade, para os espaços de eventos é possível verificar crises de pequeno, médio e grande porte, sendo as de pequeno porte fáceis de solucionar com ação e reação, médio porte com ações pré estabelecidas e de grande porte ações tomadas por meio de comitê de crise e planejamento amplo.

## ETAPAS DA CRISE

### PRÉ CRISE: DETECÇÃO

Pré crise é compreendida na gestão preventiva, todos os responsáveis pelo sucesso ou fracasso da organização devem estar de acordo com a análise em tempo hábil das possíveis consequências que os acontecimentos negativos têm na estratégia do planejamento.



## ETAPAS DA CRISE

### **CRISE: REPARO E CRISE**

Estratégia de enfrentamento que consiste em neutralizar os efeitos em uma situação de crise, onde é de suma importância a estruturação imediata de um comitê de crise, com o objetivo de uma estratégia de enfrentamento da crise consistindo em influenciar o desenrolar os efeitos de um acontecimento negativo.

### **PÓS CRISE: AVALIAÇÃO**

Levantamento criterioso do que ocorreu de forma correta e o que poderá ser feito para melhorar em um próximo acontecimento. Desta maneira após terminado deverá ser feita avaliação com o público e/ou cliente dos espaços de eventos, para verificação dos efeitos da crise e melhoramento das ações que foram realizadas. De maneira generalizada a ferramenta serve para se referir às questões de resolução de problemas, gestão de processos, orientação de desempenho e várias outras situações.

A Avaliação é composta de perguntas como:

- Qual era o resultado esperado?
- Em quais aspectos os objetivos foram ultrapassados e quais falharam?
- Por que isso aconteceu?
- Qual o melhor passo a ser dado em seguida?

# IDENTIFICAÇÃO DE EVENTUAIS CRISES

## ESTRATÉGIAS OPERACIONAIS PARA GERENCIAR CRISES:

Nenhuma organização, por mais consolidada que possa ser, estará imune à uma crise, sendo está independente do tamanho.

Identificar todos os públicos que podem ser afetados pela crise, informando que o problema foi identificado e apontando soluções.

Para minimizar riscos, é interessante realizar um levantamento de notícias negativas relacionadas às queixas mais recorrentes dos seus públicos. Essa pesquisa pode ser feita junto à ouvidoria da instituição, por exemplo.

Alguns acontecimentos podem promover desgaste do nome da instituição junto à mídia e aos públicos com os quais se relaciona.

## RECOMENDAÇÕES GERAIS:

- Definir uma equipe de trabalho multi disciplinar para o espaço de evento.
- Rapidez e proatividade na resposta.
- Disponibilidade e disposição para esclarecer tudo. Informar a verdade sendo claro e objetivo.
- Manter-se sempre acessível e comunicativo.
- Transparência total com colaboradores, tendo eles como aliados.
- Monitoramento constante das redes sociais e sites de notícias.
- Divulgar para o público a mensagem com porta-voz adequados.
- Registro constante de todas as ações, monitoramento e avaliação da crise.
- Expor os problemas e apontar soluções é o que se espera da empresa no momento da crise.
- Manter a mídia como aliada.
- Acionar o comitê de crises.

# COMITÊ DE CRISE

## COMITÊ DEVE SER FORMADO POR:

O Comitê de Gestão de crise é formado por representantes de diversas áreas nos espaços de eventos, sendo área de vendas, marketing, mídia, planejamento, entre outros. Um destes representantes, estipulado anteriormente a crise, assumirá o gerenciamento da situação, determinando as ações de comunicação mais indicadas ao caso

## QUEM PARTICIPA DO COMITÊ:













# ATUAÇÃO DO COMITÊ DE CRISE

## ATIVIDADES DO COMITÊ DE CRISE

O Comitê de Gestão de crise nos espaços de eventos, deve sempre se manter atualizado, sendo revisado anualmente.

O Trabalho do comitê de crise deve prever os seguintes passos:

-  Definição do problema: Entender o problema para saber como enfrentá-lo.
-  Levantar informações relevantes: verificar os fatos, descartar boatos, conversar com quem for diretamente responsável pelo problema e entender o que realmente aconteceu a fim de melhor definir o que poderá ser feito.
-  Levantar alguns assuntos prioritários que o local precisa se posicionar.
-  Centralização da comunicação. Definir um porta-voz. Para não haver informações desencontradas, a pessoa indicada para falar pela entidade é o porta-voz da organização. Porém, é importante lembrar que o porta voz deverá ser devidamente capacitado para a situação.
-  Comunicação oportuna e frequente. Ficar em silêncio pode parecer descaso, por isso, tanto o público externo como interno devem ser abastecidos de informações, a fim de que tenham a percepção de cuidado da entidade.
-  Definir estratégias de mídia. Avaliar qual a mídia mais adequada para atuar, conforme a crise.
-  Falar com os afetados e mostrar preocupação genuína com os envolvidos, expor o que está sendo feito para resolver o problema.
-  Manter a rotina de trabalho se possível, mantendo estabilidade e segurança.

# MAPA MENTAL DA CRISE

## QUAIS PROCEDIMENTOS SEGUIR:



# COMUNICAÇÃO

## INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO EM MOMENTOS DE CRISE

O uso dos instrumentos de comunicação será definido pelo comitê, mas, na estratégia de comunicação podem ser utilizados:



**Notas oficiais**



**E-mails**



**Mídias sociais**



**Intranet**

# AÇÕES PARA ESPAÇOS DE EVENTOS

## PRINCIPAIS AÇÕES FRENTE A CRISE:

### CRISE ECONÔMICA:

Crises econômicas tem sua origem externa/ não controlável, porém deve-se ter sempre contenção dos gastos e reservas econômicas para os espaços de eventos, negociação de eventos antes de cancelamentos e também estruturação interna consistente.

### DESASTRES NATURAIS:

Desastres naturais são de origem externa não controlável, porém deve ser preestabelecido protocolos internos de busca com room list de todos os clientes, colaboradores e frequentadores dos eventos, também devem ser definidos protocolos de saúde e salvamentos, definindo setores de triagem e graus de risco. Caso ocorra devem ser acionada a defesa civil.

### INCÊNDIOS:

Incêndios são de origem interno/controlável e externo/não controlável, podendo ser evitado internamente com procedimentos básicos, mantendo sempre o alvará e a vistoria com os bombeiros em dia, licenciamento e fiscalização (NP 001), manter a regularização dos eventos (NP 005), saídas de emergência, controle de fumaça e exigências dos bombeiros sempre regularizadas.



## AÇÕES PARA ESPAÇOS DE EVENTOS

### PRINCIPAIS AÇÕES FRENTE A CRISE:

#### CRISE DE SAÚDE:

Crises de saúde podem ser internas e externas, controláveis e não controláveis. Na maioria dos casos devem ser acionadas as autoridades e protocolos vigentes de saúde, mantendo o room list atualizado de todos que frequentam o espaço de evento, acionar ambulâncias e também a contenção do espaço dependendo do grau do incidente.

#### FALHAS NO SERVIÇO:

Falhas no serviço são geralmente consideradas de pequeno porte, podendo ser erro interno ou externo. São as menores crises que podem ocorrer, sendo controladas rapidamente, porém com grau de rapidez e máxima eficiência, pois podem se transformar em crises maiores e descontroláveis.

Acionar seguranças, ambulâncias em casos de acidente de trabalho e isolar o local, bombeiros em outros casos graves, ter sempre números de fornecedores reserva para falhas tecnológicas, geradores de reserva, em caso de falta de alimentos sempre manter locais próximos como forma de escape caso seja necessário reposição.





# CONTATOS PARA EMERGÊNCIA

## PRINCIPAIS CONTATOS PARA EMERGÊNCIA EM CURITIBA:

### DEFESA CIVIL

(41) 3350-3689

### POLICIA MILITAR DO PARANÁ

190

### BOMBEIROS

193

### SAMU

192

### SECRETARIA DA SAÚDE DE CURITIBA

(41) 3350-9429

### PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA

(41) 3350-8484

### SEGURO DO ESPAÇO DE EVENTOS

(41) xxxx-xxxx

## PENSAMENTOS FINAIS

Este manual não pretende abranger todas as possibilidades, mas dar uma noção abrangente de como gerenciar crises e de como conduzir um ambiente em crise.

Reconhecer a fragilidade da organização é o primeiro passo para manter sua credibilidade. Por isso, é essencial que a instituição fique atenta à opinião pública, pois as falhas podem prejudicar a imagem de uma organização. Atitudes de monitoramento são cruciais para manter a confiabilidade do público e dos clientes perante as organizações.

Ninguém conhece melhor um espaço de eventos e sua organização do que seus colaboradores, que atuam diariamente no local. Com essas informações esperamos que vocês sejam capazes de gerir ainda melhor suas entidades.

## REFERÊNCIAS

ANDIRIN, Cisil; MOITAL, Miguel; CARDOSO, Carla P. O Falhas no serviço como crises organizacionais no turismo de negócios: origens e estratégias operacionais percebidas pelos profissionais de eventos. Rev. Bras. Pesq. Tur. São Paulo, 11(3), pp. 480-502, set/dez. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v11i3.1342> Acesso em: 26 de novembro de 2020.

Glaesser, Dirk. Gestão de crises na indústria do turismo. 2 edição, Porto Alegre: Bookman, 2008.

ABRAPP. Manual de Gestão de crise e imagem. Comissão Técnica Regional Centro-Norte de Comunicação e Marketing, 2015. Disponível em: [http://www.abrapp.org.br/GuiasManuais/manual\\_gestao\\_criseeimagem.pdf](http://www.abrapp.org.br/GuiasManuais/manual_gestao_criseeimagem.pdf). Acesso em: 08 de dezembro de 2020.

UFRGS. Manual de gerenciamento de crises Faculdade de Ciências Econômicas 2019-2021. Universidade Federal do Rio Grande do Sul Faculdade de Ciências Econômicas Assessoria de Comunicação, 2019. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/fce/wp-content/uploads/2019/09/Gest%C3%A3o-de-crises.pdf>. Acesso em: 08 de dezembro de 2020.

FACISC. Manual de Gestão de crise. Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina. 2018. Disponível em: <https://www.facisc.org.br/wp-content/uploads/2020/03/Manual-de-Gest%C3%A3o-de-Crise-e-Imagem-FACISC.pdf>. Acesso em: 08 de dezembro de 2020.

UDESC. Manual de Gestão de Crise. Universidade do Estado de Santa Catarina. Disponível em: [https://www.udesc.br/arquivos/udesc/documentos/0\\_70526500\\_1476729509.pdf](https://www.udesc.br/arquivos/udesc/documentos/0_70526500_1476729509.pdf) Acesso em: 08 de dezembro de 2020.

**GESTÃO DE CRISE**

# **MANUAL DE GERENCIAMENTO DE CRISE PARA OS ESPAÇOS DE EVENTOS**

**PROJETO DE PLANEJAMENTO E GESTÃO DO TURISMO**

**CRIADO POR:**

**DÓRIS FERNANDA DE CONTO - BACHAREL EM TURISMO - UFPR**